

ANEXO

I. ESPECIFICACIÓN DE LA CARRERA

- a. **NOMBRE DE LA CARRERA: Tecnicatura Superior en Comunicación Digital Convergente**
- b. **TÍTULO QUE OTORGA: Técnico/a Superior en Comunicación Digital Convergente**
- c. Duración: 3 años
- d. **CARGA HORARIA: 1365 horas reloj.**
 - 268 horas presenciales (20%)
 - 1097 horas no presenciales (80%)
- e. **MODALIDAD: a distancia**

II. DISEÑO DE LA PROPUESTA CURRICULAR:

Fundamentación de la propuesta pedagógica

En consonancia con el Proyecto Educativo Institucional, se entiende que la educación con tecnologías en la Sociedad de la Información, ha puesto en juego nuevas condiciones de producción, de circulación y de consumo de discursos educativos, académicos, de saberes y de datos (Sagol, 2010). Así la ubicuidad se vuelve central, alentando el cambio de los procedimientos, objetos y roles que la didáctica despliega en el aula tradicional; permitiendo como posibilidad didáctica el trabajo en un aula aumentada. Esto permite aprovechar lo virtual como un entorno de aprendizaje que convive, que se involucra, que potencia los procesos de enseñanza y aprendizaje bajo un modelo enteramente virtual. Desde la esfera nacional y jurisdiccional se ofrece soporte normativo, habilitando la enseñanza a distancia, y es en tal sentido que desde el Proyecto Educativo Institucional del Normal Superior 9-003 se justifica la propuesta.

A través del presente proyecto, se busca alentar espacios y situaciones de enseñanza en consonancia con los tiempos que corren, propiciando una escalada en el “valor educativo” de la oferta institucional. Echeverría (2000) se refiere a los nuevos escenarios con valor educativo, distinguiéndose en escenarios para el estudio, para la docencia, para la interrelación, para la diversión y para la investigación; y consignándolos, además, en base a su hipótesis sobre la composición de un tercer entorno, el “digital, informacional o electrónico”, que se habría originado con el contexto del nuevo paradigma digital. Este nuevo espacio social tiene su propia estructura, a la que es preciso adaptarse. En este contexto

se inscribe la era de la convergencia mediática, que ha tenido un impacto transformador en todas las esferas de las sociedades actuales, especialmente en el ámbito de la comunicación. Es un fenómeno que ha reconfigurado el ecosistema de medios y modos de producción cultural. El diseño, circulación y consumo de narrativas y contenidos digitales, demandan una necesidad de actualización en su abordaje, y la educación superior técnica debe acompañar este proceso. La formulación de la Tecnicatura Superior en Comunicación Digital Convergente se justifica a partir de esta transformación radical que experimentan los medios de comunicación y la interacción social en la era digital. La convergencia digital de diferentes medios, plataformas, comunidades y audiencias multimedia, ha generado un nuevo escenario comunicacional que demanda profesionales altamente capacitados para diseñar, implementar y gestionar estrategias de comunicación efectivas en este entorno dinámico. Algunas de las principales razones que sustentan la necesidad de esta oferta educativa, tienen su fundamento en las demandas actuales del mercado laboral y el crecimiento exponencial de las empresas, plataformas y medios digitales; que buscan incorporar estrategias digitales en sus operaciones, lo que requiere de perfiles profesionales capaces de desarrollar y gestionar marcas y productos en el entorno digital. Además, la convergencia de medios ha generado nuevos formatos y lenguajes comunicacionales, multiplicando las opciones para comunicar y conectar con las audiencias, que demandan contenidos personalizados, interactivos y de alta calidad, lo que requiere de profesionales capaces de crear y distribuir narrativas y contenidos creativos, adecuados y relevantes.

En relación a la relevancia que la implementación de la carrera, y respondiendo a una necesidad estratégica jurisdiccional, se trata de ampliar los horizontes de la educación superior conforme a la expansión y democratización multimedial impulsadas por el auge de la producción y difusión de contenidos digitales de los últimos años. Este contexto se presenta como un desafío del nivel, puesto que no existe otra propuesta similar en la jurisdicción.

La era de la convergencia digital ha transformado radicalmente el panorama mediático, expandiendo y diversificando los procesos comunicativos. A diferencia de los medios tradicionales, centrados en la difusión unidireccional de información, los entornos en línea fomentan una comunicación mediatizada, caracterizada por la segmentación de la atención, la personalización y la participación activa. Las audiencias, ahora agentes activos, crean información y contenido, interactuando con los servicios digitales en lugar de ser meros receptores. Ante la globalización de la cultura y la información, y los cambios sociales impulsados por la tecnología, se hace imperativo sistematizar el conocimiento sobre las TIC aplicadas a la industria de la comunicación y las plataformas digitales. Este aprendizaje implica dominar los recursos multimedia y optimizar la comunicación con las audiencias

en redes sociales, donde los usuarios generan contenido simultáneamente con el consumo de información. Los procesos comunicativos se conciben como interacciones dinámicas a través de diversas plataformas digitales interconectadas por la convergencia mediática.

En este contexto, la Tecnicatura Superior en Comunicación Digital Convergente formará profesionales altamente calificados en nuevas estrategias de comunicación orientadas a los perfiles de las nuevas audiencias y narrativas transmediales, así como capaces de transformarse en productores y emisores de sus propios contenidos y opiniones que circulan a través de la red.

En síntesis, la Tecnicatura Superior en Comunicación Digital Convergente responderá a una necesidad real del mercado laboral y brindará a los futuros profesionales las herramientas, técnicas, habilidades y saberes necesarios para desenvolverse con éxito en un entorno digital en constante evolución.

III. PERFIL Y COMPETENCIAS DEL EGRESADO

- ***Alcance del perfil profesional:***

El Técnico Superior en Comunicación Digital Convergente es un profesional capacitado para abordar los retos y oportunidades que presentan los entornos digitales convergentes; diseñar narrativas y contenidos multimediales innovadores y estrategias de comunicación efectivas; gestionar y planificar comunidades transmediales, medios y plataformas digitales. Su formación le permite adaptarse a las características y requerimientos de diversas organizaciones y audiencias, integrando un enfoque estratégico y operativo en entornos digitales convergentes.

Además, es un profesional capacitado para actuar de acuerdo a principios éticos en la creación, distribución y consumo de contenidos digitales, tomando en cuenta los derechos de autor, la privacidad y seguridad en la red, y la veracidad de la información. Esto le permite garantizar que las campañas y contenidos generados sean responsables, transparentes y respetuosos con las leyes y normas digitales vigentes, promoviendo la confianza en los usuarios.

Alcance del Perfil Profesional:

El Perfil Profesional del Técnico Superior en Comunicación Digital Convergente cubre una amplia gama de competencias técnicas, creativas y estratégicas. Este perfil busca formar a profesionales capaces de adaptarse rápidamente a los cambios tecnológicos, integrando diferentes plataformas y medios digitales para producir contenido atractivo, innovador y con impacto en diversas audiencias.

El Técnico Superior en Comunicación Digital Convergente es un profesional capaz de desenvolverse en entornos laborales dinámicos y en constante evolución, adaptándose a las nuevas tecnologías y tendencias del mercado, poseedor de un conjunto de habilidades, conocimientos y competencias que debe desarrollar y aplicar dentro de su área de desempeño, en el contexto de la convergencia de medios digitales.

Funciones que ejerce el profesional

1- Producción, diseño y gestión de Contenidos Multimediales:

Es un profesional capaz de crear, gestionar y distribuir contenidos visuales, sonoros y textuales, adaptados a los medios y plataformas de distribución digitales. Su formación en diseño gráfico, redacción, producción y edición audiovisual, le permite generar materiales innovadores integrando estrategias transmedia y utilizando de forma eficiente las tecnologías disponibles para lograr que las audiencias accedan a una experiencia de usuario coherente en distintos medios (web, redes sociales, aplicaciones móviles, etc.).

2- Gestión y Planificación de Comunidades, Medios y Audiencias Transmediales:

Este profesional tiene la habilidad de crear, gestionar, planificar y administrar comunidades y medios de comunicación en línea, generando proyectos que atiendan a las dinámicas de interacción entre plataformas, usuarios y marcas, aplicando técnicas para construir audiencias transmediales, y utilizando distintos canales digitales para generar contenido que se adapte a los hábitos de consumo de cada grupo objetivo. Podrá gestionar o supervisar todo el proceso de producción, desde la preproducción (planificación y redacción de guiones), la producción (grabación y edición) hasta la postproducción (edición de sonido, efectos visuales y montaje final).

3- Gestión de Proyectos de Comunicación Digital:

Es un profesional capacitado para planificar, ejecutar y evaluar proyectos de comunicación digital, ya sea en medios de comunicación, empresas, organismos públicos o privados o emprendimientos autogestionados, asegurando que los objetivos estratégicos sean alcanzados dentro del presupuesto y el tiempo estipulados. Podrá coordinar equipos multidisciplinarios (creativos, diseñadores, programadores) para crear proyectos de comunicación digital, como campañas publicitarias, lanzamientos de productos o servicios y generación de contenido digital.

4- Gestión de Estrategias de Marketing Digital:

El Técnico en Comunicación Digital Convergente será capaz de desarrollar e implementar estrategias de marketing digital innovadoras y efectivas para posicionar marcas, productos o servicios a través de plataformas en línea, y gestionar la interacción con audiencias en redes sociales, utilizando herramientas y técnicas actualizadas y en constante evolución (SEO, SEM, Social Media Marketing, Email marketing, Branding Digital, entre otras). Su capacidad para crear contenido multimedial atractivo y adaptado a diversas plataformas digitales, le permite diseñar o participar en campañas publicitarias, analizando el comportamiento de los usuarios, y utilizando herramientas de analítica digital para medir el rendimiento y optimizar los esfuerzos de marketing para variadas audiencias.

5- Capacitación y Asesoría en Comunicación Digital:

Es un profesional altamente preparado para brindar asesoramiento y capacitación en el uso de herramientas y plataformas digitales, así como en la creación y gestión de contenido digital, a otras personas o empresas. Podrá enseñar a individuos o equipos a mejorar sus competencias en el ámbito de la comunicación digital, optimizando la productividad y efectividad de sus actividades.

Funciones que ejerce el profesional:

- Crear, diseñar, gestionar y distribuir contenidos multimediales en sus diversos formatos digitales visuales, sonoros, gráficos y textuales.
- Diseñar, producir y evaluar discursos, soportes y producciones comunicacionales en lenguaje multimedial.
- Generar contenidos comunicacionales en distintos géneros: informativo, periodístico, narrativo, publicitario, educativo, de entretenimiento, de actualidad, etc.
- Planificar, administrar, gestionar y ejecutar Proyectos de Comunicación Digital en empresas, organizaciones civiles, públicas o privadas, redes sociales, emprendimientos autogestionados y medios de comunicación.
- Diagnosticar e intervenir en la resolución de problemáticas desde un conocimiento integrador sobre el campo de la Comunicación Digital, a fin de reconocer las dificultades y potencialidades y proponer innovaciones.
- Ejecutar planes, programas y proyectos desarrollados en el marco de políticas comunicacionales y normativas que rigen el sector, con el acompañamiento de profesionales de la especialidad.
- Aplicar estrategias y saberes técnicos, teóricos y prácticos para el desarrollo e innovación de contenidos digitales.
- Integrar, coordinar y/o dirigir equipos interdisciplinarios para la producción de

- proyectos multimediales y transmedia.
- Desarrollar campañas de comunicación para medios gráficos, televisivos o radiales, organizaciones e instituciones públicas y/o privadas en plataformas digitales.
 - Asesorar a otros profesionales de la especialidad en la implementación práctica de estrategias comunicacionales desde las tecnologías digitales de la comunicación en el ámbito público y privado.
 - Reconocer las potencialidades y problemáticas comunicacionales de distintas instituciones y comunidades a fin de elaborar estrategias de comunicación interna y con otros actores sociales.

Áreas socio-ocupacionales

Desde la perspectiva de las áreas del desempeño profesional, el Técnico Superior en Comunicación Digital Convergente podrá integrarse activamente en:

- Medios de comunicación y comunidades digitales de organizaciones públicas y privadas.
- Proyectos de diseño y evaluación de propuestas de comunicación digital autogestionadas.
- Producción de contenidos y narrativas digitales para medios, redes sociales y campañas de comunicación.
- Diseño y gestión de marketing para diversas audiencias transmediales.

IV. DISEÑO CURRICULAR

4.1 Objetivo General de la propuesta

- Formar profesionales de la comunicación digital capaces de pensar de manera crítica e integral las relaciones entre la tecnología, plataformas y herramientas digitales y el entorno social y cultural del, a partir de la profundización teórica y epistemológica del campo disciplinar de referencia.
- Proporcionar el marco teórico y metodológico que permita a los egresados elaborar y gestionar planes de comunicación digital convergentes, enfocados en la promoción, desarrollo y consumo de propuestas culturales en entornos digitales.
- Formar profesionales de la comunicación digital capaces de profundizar en el desarrollo de habilidades y competencias, y en el dominio de conocimientos teóricos y técnicos en el área de la Comunicación Digital, acordes a las demandas y necesidades del contexto de la convergencia digital.

- Formar Técnicos Superiores en Comunicación Digital Convergente que, de acuerdo a sus áreas de competencia profesional, sean capaces de:
 - Crear, diseñar y gestionar contenidos multimedia innovadores, adaptados a diversas plataformas digitales, integrando estrategias transmedia y aplicando habilidades de diseño gráfico, redacción y producción audiovisual para lograr experiencias de usuario coherentes y optimizadas.
 - Crear, gestionar y planificar comunidades y medios transmediales, diseñando proyectos que atiendan a las dinámicas de interacción entre plataformas, usuarios y marcas, aplicando técnicas para construir audiencias, adaptando contenidos a los hábitos de consumo, y supervisando el proceso de producción audiovisual desde la preproducción hasta la postproducción.
 - Planificar, ejecutar y evaluar proyectos de comunicación digital, coordinando equipos multidisciplinarios y asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos dentro del presupuesto y tiempo estipulados, para la creación de campañas publicitarias, lanzamientos de productos o servicios y generación de contenido digital.
 - Desarrollar e implementar estrategias de marketing digital innovadoras, gestionando la interacción con audiencias en redes sociales y creando contenido multimedial atractivo, para posicionar marcas, productos o servicios en plataformas en línea, analizando el comportamiento de los usuarios y utilizando herramientas de analítica digital para medir el rendimiento y optimizar los esfuerzos de marketing.
 - Proporcionar asesoramiento y capacitación integral en comunicación digital, facilitando la creación y gestión de contenido digital y enseñando competencias clave para optimizar la productividad y efectividad de las actividades de individuos y empresas.

4.2 Estructura Curricular

TECNICATURA SUPERIOR EN COMUNICACIÓN DIGITAL CONVERGENTE							
ESTRUCTURA CURRICULAR					Carga Horaria total en hs. Reloj y Hs. Presenciales (sincrónicas) y No Presenciales (asincrónicas)		
Año	#	Espacio Curricular	Rég	Campo de Formación	HR totales	HR P	HR NP
1°	1	Alfabetización académica	1	General	45	2	43

	2	Introducción a la gestión de contenidos digitales	2	Fundamento	45	2	43
	3	Tecnologías Digitales Multimediales	1	Específica	45	2	43
	4	Teorías y enfoques de la Comunicación	2	Fundamento	45	2	43
	5	Procesos culturales digitales	1	General	45	2	43
	6	Cultura y expresiones artísticas en la era de la convergencia digital	2	Fundamento	45	2	43
	7	Inglés Técnico	A	Fundamento	90	2	88
	8	Práctica Profesionalizante I	A	Práct. Prof.	120	60	60
	2°	9	Comprensión y Producción de Textos Periodísticos	1	Fundamento	45	2
10		Narrativas y Audiencias Transmediales	2	Específica	45	2	43
11		Planificación y Gestión de Medios Digitales	1	Específica	60	2	58
12		Lenguaje Digital y Redes Sociales	2	Específica	45	2	43
13		Periodismo Digital	1	Específica	60	2	58
14		Periodismo de Datos	2	Específica	60	2	58
15		Práctica Profesionalizante II	A	Práct. Prof.	150	90	60
3°	16	Marketing Digital Integral: Social Media, Publicidad y Propaganda	1	Específica	75	2	73
	17	Ciudadanía Digital Responsable: Ética, Derecho y Seguridad en la Red	1	Específica	75	2	73
	18	Taller de diseño y edición de contenidos y narrativas gráficas	1	Específica	75	2	73

	19	Taller de diseño y edición de contenidos y narrativas audiovisuales	1	Específica	75	2	73
	20	Práctica Profesionalizante III	1	Práct. Prof.	120	84	36
	Total horas reloj				1365	268	1097
	Porcentajes totales				100	20	80

4.3 Duración y carga horaria total de la propuesta educativa.

Duración de la Carrera: 2 (dos) años y medio					
Carga horaria reloj total por año		Horas reloj presenciales y a distancia y porcentajes respectivos			
Año	Carga Horaria	Hs. presenciales	%	Hs. a distancia	%
1°	480	74	15	406	85
2°	465	102	22	363	78
3°	420	92	22	328	78
Totales	1365	268	20	1097	80

Carga horaria total y porcentajes por campo de formación de la propuesta educativa:

Carga horaria reloj total por año		Carga horaria reloj por año y por campo de formación			
Año	Carga Horaria	C.F.G.	C.F.F.	C.F.E.	C.F.P.P.
1°	480	90	225	45	120
2°	465	0	45	270	150
3°	420	0	0	300	120
Totales	1365	90	270	615	390

Porcentajes de cargas horarias totales por campo de formación	6	20	45	29
--	----------	-----------	-----------	-----------

4.4 Régimen de correlatividades

Los criterios de correlatividad entre espacios curriculares se fundamentan en la gradualidad y la complejidad progresiva del trayecto formativo. El aprendizaje se concibe como un proceso en espiral, donde los saberes de cada espacio curricular se construyen de manera progresiva, a partir de los conocimientos y las habilidades adquiridas en los espacios curriculares precedentes. Esta progresión se establece en función de la complejidad de los contenidos, las habilidades cognitivas requeridas y la profundidad del análisis esperado.

Además, se consideran los saberes previos, identificando los conocimientos y habilidades específicos que resultan imprescindibles para abordar con éxito una unidad curricular determinada. Bajo un criterio de secuenciación lógica, la aprobación de los espacios curriculares que proporcionan estas bases se establece como requisito para cursar los siguientes.

Año	#	Para acreditar	Debe tener acreditada
1°	1	Alfabetización académica	-----
	2	Introducción a la gestión de contenidos digitales	-----
	3	Tecnologías Digitales Multimediales	-----
	4	Teorías y enfoques de la Comunicación	-----
	5	Procesos culturales digitales	-----
	6	Cultura y expresiones artísticas en la era de la convergencia digital	Procesos culturales digitales
	7	Inglés Técnico	Alfabetización académica
2°	8	Práctica Profesionalizante I	Todos los espacios de 1° año
	9	Comprensión y Producción de Textos Periodísticos	Alfabetización académica
	10	Narrativas y Audiencias Transmediales	Procesos culturales digitales

	11	Planificación y Gestión de Medios Digitales	Teorías y enfoques de la Comunicación
	12	Lenguaje digital y redes sociales	Alfabetización académica
	13	Periodismo Digital	Comprensión y Producción de Textos Periodísticos Narrativas y Audiencias Transmediales
	14	Periodismo de Datos	Periodismo Digital Tecnologías Digitales Multimediales
	15	Práctica Profesionalizante II	Práctica Profesionalizante I Todos los espacios de 2° año
3°	16	Marketing Digital Integral: Social Media, Publicidad y Propaganda	-----
	17	Ciudadanía Digital Responsable: Ética, Derecho y Seguridad en la Red	-----
	18	Taller de diseño y edición de contenidos y narrativas gráficas	Tecnologías Digitales Multimediales
	19	Taller de diseño y edición de contenidos y narrativas audiovisuales	Tecnologías Digitales Multimediales
	20	Práctica Profesionalizante III	Todos los espacios de la carrera

V. CONTENIDOS Y OBJETIVOS DE LOS ESPACIOS

Denominación: 1 - Alfabetización Académica

Ubicación en la organización curricular: 1° Año

Régimen de cursado: primer cuatrimestre

Formato curricular: taller

Carga horaria semanal: 3 HR

Descripción:

Esta unidad curricular, es fundamental en la Tecnicatura Superior en Comunicación Digital Convergente, ya que se centra en el desarrollo de las competencias comunicativas

esenciales para el desempeño académico y profesional en el dinámico entorno digital actual. Se aborda la comprensión y producción efectiva de textos en diversos formatos digitales y multimodales, el análisis crítico de discursos en línea, y la aplicación de la normativa lingüística en contextos virtuales, considerando la adecuación a audiencias y plataformas específicas. Un componente distintivo y crucial es la alfabetización de los futuros profesionales para la interacción con la Inteligencia Artificial (IA), por lo que se profundiza en la formulación de prompts claros, precisos y éticamente conscientes para la obtención de respuestas adecuadas, así como en la adaptación del tono y estilo en la comunicación con sistemas de IA conversacional. Además, se propone el desarrollo de la "learnability" o capacidad de aprender a aprender de manera autónoma y adaptable. Reconociendo la naturaleza evolutiva del campo de la comunicación digital convergente, se exploran estrategias metacognitivas, la gestión del feedback y la motivación intrínseca, preparando a los estudiantes para la adquisición continua de nuevas habilidades y su desenvolvimiento exitoso en el futuro profesional. Esta unidad curricular sienta las bases lingüísticas, discursivas y metacognitivas necesarias para formar profesionales competentes, críticos y adaptables a los desafíos de la comunicación en la era digital.

Objetivos:

- Comprender y aplicar los principios fundamentales de la comunicación en diversos entornos digitales y convergentes, analizando los elementos de la situación comunicativa, las funciones del lenguaje y la adecuación del mensaje al contexto y la audiencia.
- Analizar críticamente la objetividad y subjetividad presentes en los mensajes digitales, reconociendo las intencionalidades comunicativas y sus posibles efectos en las audiencias.
- Producir textos coherentes, cohesionados y adecuados a diferentes formatos y plataformas digitales, aplicando la normativa lingüística y considerando las propiedades textuales pertinentes a cada género discursivo digital.
- Formular prompts claros, precisos y efectivos para interactuar con sistemas de Inteligencia Artificial conversacional, adaptando el tono y el estilo según el contexto y evaluando críticamente las respuestas obtenidas, incluyendo consideraciones éticas para evitar sesgos.
- Desarrollar estrategias de comprensión lectora eficaces para analizar información en entornos digitales multimodales, identificando ideas principales y secundarias, y elaborando síntesis y esquemas organizativos.
- Elaborar informes y otros textos instrumentales relevantes para el ámbito profesional de la comunicación digital convergente, demostrando claridad, concisión y adecuación a la finalidad comunicativa.
- Reflexionar sobre el propio proceso de aprendizaje y aplicar estrategias metacognitivas para mejorar continuamente sus competencias comunicativas y su capacidad de aprender a aprender en un campo en constante evolución.
- Comprender los conceptos básicos del Procesamiento del Lenguaje Natural (PLN) y su relación con la Inteligencia Artificial, reconociendo su importancia en la interacción humano-máquina en el contexto digital.

Descriptores:

Competencia comunicativa. La comunicación: definición, elementos de la situación comunicativa (emisor, receptor, mensaje, canal, código, referente). Funciones del lenguaje. El contexto: adecuación del texto al contexto digital y convergente.

Objetividad y subjetividad en el mensaje. Diferencias entre opinión e información. Tipos de comunicación. Comunicación interpersonal y mediada por tecnología. Comunicación sincrónica y asincrónica en entornos digitales. Comunicación masiva y su adaptación a plataformas segmentadas.

Concepto de texto. Concepto de discurso. Definiciones y diferenciación aplicadas a los entornos digitales (micromensajes, publicaciones extensas, narrativas transmedia, etc.). El discurso como construcción de significado en el contexto de la cultura digital.

Propiedades de los textos: adecuación, coherencia, cohesión y normativa, en el contexto digital y las audiencias de diversas plataformas. Tipologías textuales. Texto explicativo-expositivo. Texto argumentativo. Texto instructivo.

La comprensión lectora. Estrategias y fases. El resumen y la síntesis. Reconocimiento de ideas nucleares y periféricas en contenidos multimodales. Elaboración de esquemas: jerárquicos, cronológicos, comparativos. Aplicación a textos digitales (hipertextos, artículos en línea, publicaciones en redes sociales) y a la organización de información digital.

Producción de textos: planificación, textualización, revisión y edición (corrección de errores y optimización para la lectura en pantalla). Redacción de informes y textos instrumentales.

La intencionalidad comunicativa. Persuasión e información en la creación de contenidos digitales. Indicadores de autoevaluación: diseño de criterios para la reflexión sobre la propia competencia comunicativa en entornos digitales.

Correcta redacción de prompts de IA, preguntas y respuestas en bots, y lenguajes de tipo low-code más textuales: principios de claridad, precisión y concisión en la formulación de instrucciones a sistemas de IA conversacional. Estrategias para la elicitación de información y la resolución de problemas a través de prompts efectivos. Diseño de preguntas y respuestas coherentes y útiles para bots de comunicación. Introducción a la sintaxis y semántica básica de lenguajes low-code textuales relevantes para la creación de interfaces conversacionales.

Introducción al procesamiento de lenguaje natural (PLN), relación con la inteligencia artificial. Conceptos básicos del PLN y su aplicación en herramientas de IA para el análisis y generación de texto. Relevancia del PLN para la comprensión y producción de lenguaje en la interacción humano-máquina.

Importancia de la claridad y precisión en la redacción de prompts para obtener respuestas adecuadas. Énfasis en la necesidad de una formulación clara y precisa para la comunicación efectiva con sistemas de IA. Estrategias para adaptar el tono y estilo según

el contexto, junto con técnicas para identificar y corregir problemas en la interpretación de prompts por parte de la IA. Evaluación de prompts y consideraciones éticas para evitar sesgos en la interacción con herramientas de IA: criterios para evaluar la calidad y efectividad de los prompts.

Capacidad de aprender a aprender. Learn agility. Definiciones. La necesidad del aprendizaje continuo en los tiempos del agilismo y la digitalización. Aprender a reaprender. Contexto VUCA. Contexto BUNI. Aprendizaje y trabajo. Upskilling. Reskilling. Estilos de aprendizaje. Actitudes del aprendiz. Aprender a ser aprendiz. Mejorar la capacidad de aprender. Inteligencia interpersonal e intrapersonal. Inteligencia emocional. Herramientas para desarrollar la Learnability individual. Rasgos clave. Activar el proceso de Aprendizaje Ágil. Capacidad de aprender sobre el error. Experimentar. Gestión del feedback: pedido y escucha. Gestión de la motivación intrínseca.

Denominación: 2 - Introducción a la gestión de contenidos digitales

Ubicación en la organización curricular: 1° Año

Régimen de cursado: segundo cuatrimestre

Formato curricular: seminario

Carga horaria semanal: 3 HR

Descripción:

Esta unidad curricular profundiza en la gestión estratégica de contenidos digitales, un dominio crítico para el profesional de la comunicación en la era de la convergencia digital. Se exploran los principios fundamentales que sustentan la creación, curación y distribución de contenidos, trascendiendo la mera producción para abarcar el ciclo de vida completo del contenido, desde su ideación y planificación hasta su análisis de rendimiento y optimización continua.

Se examina en detalle cómo las estrategias de contenido se alinean con los objetivos de comunicación de una organización, ya sean comerciales, informativos o de construcción de marca, y cómo se adaptan a las necesidades y preferencias de las diversas audiencias. Se subraya la importancia de la gestión eficaz del contenido para construir y fortalecer la identidad de marca, generar engagement y fomentar la lealtad del público.

Los estudiantes no solo aprenderán a utilizar una amplia gama de herramientas y plataformas para la creación y gestión de contenidos, sino que también desarrollarán habilidades críticas para la planificación estratégica, la producción creativa y la analítica de datos. Se explorarán las mejores prácticas para la creación de contenido adaptado a diferentes formatos (texto, imagen, video, audio) y plataformas (sitios web, redes sociales, aplicaciones móviles), así como las técnicas para optimizar el contenido para motores de búsqueda (SEO) y maximizar su alcance y visibilidad.

Además, se prestará especial atención a la ética en la creación y gestión de contenidos, abordando temas como la propiedad intelectual, la privacidad y la responsabilidad social. Los estudiantes aprenderán a crear contenido inclusivo, accesible y respetuoso, que contribuya a la construcción de una comunicación digital más ética y responsable.

Al explorar estos principios fundamentales y desarrollar estas habilidades prácticas, los estudiantes adquirirán una visión integral y estratégica de la gestión de contenidos digitales, preparándose para tomar decisiones informadas y eficaces en su futura práctica profesional. Estarán capacitados para liderar proyectos de contenido, gestionar equipos creativos y contribuir al éxito de las estrategias de comunicación digital de cualquier organización.

Objetivos:

- Desarrollar una visión integral y estratégica de la gestión de contenidos digitales, para desempeñarse con éxito en un entorno mediático complejo y dinámico.
- Identificar las características de la narración multimedia, sus diversos formatos y géneros, y su aplicación en la gestión de contenidos, para integrarlos estratégicamente en la gestión de contenidos digitales.
- Conocer herramientas y técnicas para la creación y edición de contenidos multimedia, así como para la gestión y distribución de estos contenidos en diversas plataformas.
- Comprender los fundamentos de la red como medio, su impacto en los procesos comunicacionales y los retos que representa para los profesionales de la comunicación digital.
- Desarrollar habilidades de gestión de proyectos digitales, considerando audiencias y plataformas actuales para su difusión, y su aplicación en la creación de contenido.
- Analizar críticamente las diversas metodologías de gestión de proyectos ágiles, para adaptarse a los cambios y desafíos del entorno digital.

Descriptor:

El campo de trabajo del comunicador digital y su inserción en el ámbito laboral: el rol de los profesionales de la comunicación digital en la gestión de organizaciones y la planificación estratégica de la comunicación. Hábitos de consumo en medios digitales. Métricas y estrategias. Monitoreo y desempeño de contenidos digitales, el benchmarking y las métricas para optimizar las estrategias de contenido. Conceptos de comercialización digital. Community management. Marketing Digital. SEO y SEM. Casos de análisis: emprendimiento digital, estrategias y tendencias para la creación de planes de contenido efectivos.

Multimedia, convergencia y emprendimiento: herramientas multimediales y narrativas digitales (hipertexto e hipermedia) para la producción de contenidos convergentes. La escritura transmedia y las estructuras de relato digital. La integralidad de los mensajes y los procesos: articulación de lenguajes en la producción de contenidos como eje central de la comunicación digital.

Interacción y participación de audiencias: estrategias para fomentar la interacción y participación de audiencias, aplicando conceptos de social media management.

Denominación: 3 - Tecnologías Digitales Multimediales

Ubicación en la organización curricular: 1° Año

Régimen de cursado: primer cuatrimestre

Formato curricular: taller

Carga horaria semanal: 3 HR

Descripción:

Esta unidad curricular es importante para la carrera, puesto que las tecnologías multimedia digitales se erigen como herramientas fundamentales para la creación y difusión de contenidos. Su versatilidad permite comunicar ideas e información de manera visual, auditiva y textual, adaptándose a las diversas plataformas y formatos que demanda el entorno digital. El diseño multimedia, en particular, se convierte en una competencia clave para los futuros profesionales. La capacidad de combinar diversos medios para transmitir mensajes efectivos es esencial en la producción de contenidos para redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles y otras plataformas digitales.

Estas tecnologías permiten presentar información tanto de forma sincrónica como asincrónica, integrando elementos como imágenes, videos, animaciones, audio y texto. Su dominio es crucial para la creación de experiencias interactivas y atractivas para el usuario, un aspecto central en la comunicación digital. Los estudiantes de la tecnicatura se familiarizan con software especializado para el desarrollo y gestión de gráficos y contenidos en línea, adquiriendo habilidades para crear, integrar, editar y eliminar diversos tipos de materiales multimedia en formato digital. El propósito fundamental de estas tecnologías en el proceso comunicacional digital es la transmisión efectiva de un concepto al usuario, fomentando la interactividad y el engagement. La capacidad de crear experiencias interactivas, a través del uso de enlaces y otros elementos multimedia, es esencial para la construcción de comunidades en línea y la difusión de contenidos relevantes.

Objetivos:

- Comprender la infraestructura digital y analizar la composición y el funcionamiento de las redes, Internet, sitios web y los dispositivos que los integran.
- Desarrollar habilidades para diseñar, producir y publicar producciones comunicacionales en diversos formatos multimedia (web, redes sociales, podcasts, videos, etc.).
- Adquirir y aplicar el lenguaje técnico apropiado para interpretar y satisfacer las necesidades profesionales en el entorno digital multimedia.
- Dominar el uso de recursos multimedia (imágenes, vídeos, infografías) en la creación de contenidos digitales.
- Familiarizarse y aplicar herramientas de edición y generación de contenidos

digitales.

- Desarrollar competencias para la generación, publicación y distribución de contenidos digitales en modalidades sincrónicas y asincrónicas.

Descriptores:

Sociedad de la Información. Impacto de los desarrollos tecnológicos de comunicación en las prácticas sociales. Brecha digital. Conceptos básicos para el manejo del equipamiento informático: administración y ordenamiento de los dispositivos de almacenamiento. Manejo básico de los errores, avisos, actualizaciones y sincronizaciones del sistema operativo del equipo informático.

Generación de contenidos con diversas herramientas digitales: procesadores de texto, producción de presentaciones visuales (Ej. Power Point, Prezi, Canva, Genially, etc.), edición de imágenes (Ej. Publisher, Paint, Photoshop, etc.).

Redes e Internet: funcionamiento de internet, servidores, bases de datos, dominios. Definición de navegadores y buscadores. Ejemplos. Responsabilidades en el uso de Internet y las Redes Sociales.

Mundo virtual: Manejo de información en la Nube (OneDrive, DropBox, Google Drive). Trabajo colaborativo por medio del uso de documentos compartidos, realización de cuestionarios. Código abierto, licencias de software. Copyright y copyleft.

Multimedia y la Web: Multimedia: definición y características. Conceptos básicos de programación web. Diseño y desarrollo: elementos y aplicaciones. Muestreo de plataformas y redes sociales para la generación, publicación y distribución de contenidos, sincrónicos y asincrónicos.

Denominación: 4 - Teorías y enfoques de la Comunicación

Ubicación en la organización curricular: 1° Año

Régimen de cursado: segundo cuatrimestre

Formato curricular: seminario

Carga horaria semanal: 3 HR

Descripción:

Esta unidad curricular se sumerge en el estudio de las diversas teorías y enfoques que han moldeado la comprensión de la comunicación a lo largo de la historia. Se exploran las principales corrientes teóricas, desde los modelos clásicos hasta las perspectivas contemporáneas, analizando sus fundamentos, aplicaciones y críticas. Se busca desarrollar una visión panorámica y crítica de la comunicación, permitiendo a los estudiantes comprender la complejidad de los procesos comunicativos en diferentes contextos.

Este módulo tiene como objetivo que los estudiantes construyan un conocimiento significativo sobre las teorías y ciencias de la comunicación, explorando los diversos ámbitos de la comunicación humana, a través de la observación, la investigación y la producción de contenidos. Para ello, se trata de proveer herramientas para desarrollar el juicio crítico, indispensable para desarrollar habilidades de observación, interpretación y ejecución práctica de productos y contenidos multimedia, dentro del entorno comunicacional del mundo digital actual.

Objetivos:

- Conocer y comprender el aporte de las ciencias y teorías de la comunicación a los estudios de la comunicación masiva y digital convergente.
- Valorar el desarrollo epistemológico de cada una de las teorías de la comunicación como insumo específico fundamental para la práctica profesional de un Técnico Superior en Comunicación Digital Convergente.
- Investigar e interpretar las diferentes teorías de la comunicación, para que los futuros profesionales puedan comprender mejor la sociedad de la información y el conocimiento actual.
- Reconocer los conceptos básicos de cada una de las teorías de la comunicación y aplicarlos como insumos de la práctica profesional.
- Analizar críticamente el marco científico y teórico que tiene como objeto de estudio a la Comunicación Multimedial y a la Comunicación Digital Convergente.

Descriptor:

Ciencias y Teorías de la Comunicación. Teoría de la información. Comunicación en la era mecánica, electrónica y digital. Comunicación social, masiva y digital. Tecnologías de la comunicación como instituciones sociales.

Las Teorías de la Comunicación como marcos conceptuales para explicar y predecir los fenómenos comunicativos. Diversos enfoques y objetos de estudio. Desarrollo histórico: principales teorías y autores de la disciplina. Exploración de las nuevas perspectivas teóricas quirúrgicas en el contexto de la digitalización.

Comunicación social convencional y comunicación virtual: la sociedad digital. Comunicación ubicua tecnológica. La hipercomunicación y los actores sociales en un contexto hipermediatizado. Nuevas lógicas y prácticas comunicacionales. Complejidad de la comunicación en clave digital: producción, distribución y recepción de contenidos comunicacionales.

Democracia e Infocracia. Verdad y posverdad. Rol del Estado en los procesos de alfabetización digital de la sociedad. Soberanía tecnológica y Software libre. Política de datos. Poder de los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías en la era digital convergente. Identidades digitales.

Convergencia Cultural Tecnológica. Cultura tradicional y cibercultura. Cultura de la convergencia. Cultura colaborativa. Coproducción algorítmica. Espacios públicos y privados en la era de la sociedad de la información. Derecho a la privacidad y prácticas

culturales. Tensiones entre la cultura libre y el derecho a la propiedad intelectual. Democratización de la cultura algorítmica. Nacionalismos en la era digital. Representaciones sociales en la era de la información. Luchas culturales en un mundo conectado. Aspectos legales y éticos de la información digital.

Denominación: 5 - Procesos Culturales Digitales

Ubicación en la organización curricular: 1º Año

Régimen de cursado: primer cuatrimestre

Formato curricular: seminario

Carga horaria semanal: 3 HR

Descripción:

La unidad curricular se concibe como un ámbito de estudio y reflexión crítica donde se analizan las intrincadas relaciones entre las tecnologías digitales y las prácticas culturales. En un mundo cada vez más mediado por plataformas digitales, redes sociales y formas de comunicación emergentes, es imperativo comprender cómo estas tecnologías no solo transforman, sino que también son transformadas por las dinámicas culturales. Este espacio se sumerge en la intersección entre cultura y tecnología, explorando cómo las innovaciones digitales reconfiguran la producción, distribución y consumo de cultura. Se busca trascender una visión meramente instrumental de la tecnología, adoptando una perspectiva que reconozca su capacidad para moldear identidades, relaciones sociales y modos de participación.

Objetivos:

- Comprender los conceptos clave de la cultura digital y su relación con la tecnología.
- Explorar las diversas formas de expresión cultural que emergen en el entorno digital.
- Desarrollar una comprensión crítica de los procesos culturales digitales, analizando tanto sus potencialidades como sus desafíos.
- Fomentar la capacidad de análisis y reflexión sobre el impacto de las tecnologías digitales en la cultura, la sociedad y la política.
- Promover la participación activa y responsable en la cultura digital, desarrollando habilidades para la producción y el análisis de contenidos digitales.
- Reflexionar sobre las implicaciones éticas y políticas de la cultura digital.

Descriptores:

Fundamentos de la Cultura Digital. Conceptos clave: cultura participativa, cultura remix, cultura de la convergencia, prosumidor. Evolución de la cultura digital: web 1.0, 2.0, 3.0 y más allá. Plataformas digitales: tipologías, dinámicas y su impacto cultural. El papel de los algoritmos en la cultura digital: personalización, burbujas de filtro.

Expresiones Culturales Digitales. Memes y cultura viral. Fanfiction y fandoms. Videojuegos y cultura gamer. Arte digital: net art, videoarte, realidad virtual. Comunidades en línea y subculturas digitales.

Procesos Culturales Digitales. Transformaciones en la producción y consumo cultural. Nuevas formas de sociabilidad y relaciones en línea. El impacto de las redes sociales en la comunicación y la información. Desinformación y polarización en línea: análisis crítico de contenidos. Movilización social y activismo digital.

Identidades y Subjetividades Digitales. Construcción de identidades en línea: avatares, perfiles, comunidades virtuales. Presencia en línea y huella digital: implicaciones sociales y éticas. El papel de las redes sociales en la formación de identidades colectivas.

Ética y Política de la Cultura Digital. Privacidad y vigilancia en línea: implicaciones para la libertad y la democracia. Propiedad intelectual y derechos de autor en el entorno digital. Libertad de expresión y censura en línea. Inclusión digital y brecha digital: acceso y participación. Políticas públicas y regulaciones de la cultura digital.

Denominación: 6 - Cultura y expresiones artísticas en la era de la convergencia digital

Ubicación en la organización curricular: 1° Año

Régimen de cursado: segundo cuatrimestre

Formato curricular: seminario

Carga horaria semanal: 3 HR

Descripción:

Esta unidad curricular se propone como un seminario de exploración y reflexión crítica, donde los estudiantes analizarán las profundas transformaciones que la convergencia digital ha provocado en la cultura y las expresiones artísticas. Se profundizará en el impacto de la tecnología, examinando cómo las herramientas digitales y las plataformas en línea han democratizado la creación, distribución y consumo de arte. Es fundamental para los futuros profesionales desarrollar habilidades de pensamiento crítico que les permitan evaluar las implicaciones éticas y estéticas de las prácticas artísticas digitales, así como de los nuevos formatos y géneros culturales y artísticos surgidos en la era digital, que exigen profesionales capaces de explorar las posibilidades de la tecnología para crear experiencias artísticas inmersivas y participativas. Esta unidad curricular busca fomentar el debate abierto y una comprensión crítica y reflexiva de la cultura y las expresiones artísticas en la era de la convergencia digital, preparando a los estudiantes para desempeñarse de manera efectiva en un entorno mediático en constante evolución.

Objetivos:

- Analizar el impacto de la convergencia digital en la cultura y las expresiones

artísticas y la democratización de la creación, la distribución y el consumo cultural.

- Explorar y comprender los nuevos formatos y géneros artísticos y culturales digitales, evaluando sus implicaciones éticas y estéticas desde el pensamiento y la reflexión crítica.
- Analizar cómo estos formatos exploran las posibilidades de la tecnología para crear experiencias artísticas inmersivas y participativas.
- Proporcionar a los estudiantes las herramientas teóricas y conceptuales necesarias para comprender y analizar la cultura y las expresiones artísticas en la era de la convergencia digital.
- Fomentar la capacidad de adaptación y la creatividad en un entorno mediático en constante cambio.

Descriptor:

Culturas Digitales: transformaciones en las subjetividades y las formas de socializar (hipermediación). Cambios culturales ante el advenimiento y auge de las TIC. Redes sociales: avance e inserción en la vida cotidiana. Discurso y representaciones mediáticas sobre las TIC.

Arte y Medios Digitales: los nuevos formatos y géneros artísticos digitales (net art, videoarte, arte interactivo, realidad virtual). Cultura remix, apropiación y uso de inteligencia artificial en el arte digital. Experiencias artísticas inmersivas. Análisis del impacto de la tecnología en la creación, distribución y consumo de arte.

Denominación: 7 - Inglés Técnico

Ubicación en la organización curricular: 1° Año

Régimen de cursado: anual

Formato curricular: taller

Carga horaria semanal: 3 HR

Descripción:

La presente unidad curricular reviste vital importancia en la formación del futuro profesional de la Comunicación Digital Convergente, dado el rol del inglés como lengua franca en el ámbito de la comunicación internacional y su creciente relevancia en una sociedad globalizada y en constante evolución. Su objetivo principal es consolidar las bases lingüísticas de los estudiantes, dotándolos de las competencias profesionales necesarias para desenvolverse con éxito en un mercado laboral competitivo y exigente.

El constante avance científico y tecnológico, junto con el exponencial aumento de la información y la comunicación en inglés, subrayan la necesidad de integrar el estudio de esta lengua en la formación técnica. El dominio del inglés se erige como una condición indispensable para un desempeño profesional creativo y eficaz en el contexto de la convergencia digital, facilitando el acceso a fuentes de información actualizadas, la ampliación de audiencias, la interacción con colegas y profesionales a nivel global, y el mantenimiento de la competitividad en el mercado laboral.

Los descriptores de la unidad curricular se abordarán de manera integral a través del desarrollo de las cuatro macro-habilidades lingüísticas (comprensión lectora y auditiva, producción escrita y oral), orientándose específicamente al campo de desempeño profesional de la Comunicación Digital Convergente. El desarrollo de estas habilidades se realizará de forma gradual y espiralada a lo largo del taller, siguiendo los estándares de competencia lingüística establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia.

Objetivos:

- Comprender los elementos básicos del idioma inglés a nivel oral y escrito (estructuras gramaticales, vocabulario, fonología) como base para el desarrollo de habilidades comunicativas.
- Comprender ideas principales en textos orales y escritos estándar y utilizar expresiones y vocabulario básico y frecuente, relacionado con la comunicación personal e información general, sentando las bases para la interacción en contextos profesionales iniciales.
- Producir textos sencillos y coherentes para describir experiencias, acontecimientos y expresar opiniones básicas relacionadas con su entorno y el ámbito de la comunicación digital.
- Comprender los puntos principales de textos más complejos relacionados con la comunicación digital, incluyendo aspectos técnicos dentro de su área de especialización.
- Aplicar estructuras gramaticales y léxico técnico de complejidad creciente en la comprensión y producción de mensajes orales y escritos.
- Comprender y producir textos orales y escritos con un lenguaje técnico específico y complejo propio del campo de la comunicación digital convergente.
- Valorar el idioma inglés como herramienta fundamental para la comunicación internacional, el acceso a la información, la interacción profesional y la competitividad en el campo de la comunicación digital convergente.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo, comprensión y reflexión metalingüística para lograr un manejo cada vez más eficaz y preciso del idioma inglés en el contexto de su formación profesional.

Descriptores:

Elementos gramaticales fundamentales. El sustantivo: clases y funciones. Sustantivos contables e incontables. Sustantivos posesivos. El artículo: definido e indefinido. El pronombre: clases (personales, posesivos). El adjetivo: clases. Adjetivos posesivos. Adjetivos comparativos y superlativos. Verbos principales: be, have. Tiempos verbales: presente: simple, continuo, perfecto, perfecto continuo. Pasado: simple, continuo, perfecto, perfecto continuo. Futuro: will, be going to. Verbos modales: formas simples y perfectivas. Verbos modales y expresiones equivalentes. Voz pasiva con verbos modales. El imperativo. El gerundio e infinitivo. Los modificadores. preposiciones: de tiempo y lugar. Conectores. Condicionales: 0, 1, 2 y 3. Discurso indirecto.

Vocabulario básico sobre medios (radio, TV, prensa, internet). Vocabulario relacionado con marketing y negocios. Instrucciones. Organización de agendas.

Preguntas (abiertas y cerradas). Preferencias (con would like).

Producción y análisis de textos. Escritura de títulos atractivos. Análisis de artículos de revistas o diarios. Escritura de artículos, blogs y contenido web. Elaboración de podcasts. Creación de contenido para páginas web y blogs.

Redacción de textos publicitarios. Preparación para entrevistas de trabajo.

Denominación: 8 - Práctica Profesionalizante I

Ubicación en la organización curricular: 1° Año

Régimen de cursado: anual

Formato curricular: práctica profesionalizante

Carga horaria semanal: 4 HR

Descripción:

Prácticas profesionalizantes:

Se trata entonces de una propuesta formativa que apunta a producir una vinculación sustantiva entre la formación académica y los requerimientos del entorno laboral. En este sentido, las PP de la Tecnicatura se han pensado desde una mirada integral, cuyo desarrollo progresivo apunta a una formación que relaciona los saberes teóricos específicos con las habilidades y competencias profesionales, siempre generando procesos educativos y actividades formativas de acción y reflexión sobre situaciones reales de trabajo. Se trata de favorecer la integración y consolidación de los saberes a los cuales se refiere el campo ocupacional de la convergencia digital y la profesión del comunicador, *poniendo a los estudiantes en contacto con diferentes situaciones y problemáticas que permitan tanto la identificación del objeto de la práctica profesional como la del conjunto de procesos técnicos, tecnológicos, científicos, culturales, sociales y jurídicos que se involucran en la diversidad de situaciones socioculturales y productivas que se relacionan con un posible desempeño profesional* (Res. 295-CFE-16/Anexo I). Las PP constituyen el eje transversal y central del diseño curricular. En ellas confluyen los saberes adquiridos en los espacios curriculares de cada año de formación. Esto implica resignificarlas y pensarlas como una verdadera síntesis de la carrera, donde se observa la aplicación e interrelación de los contenidos teóricos desarrollados.

Los siguientes **criterios** caracterizan las PP en el marco del proyecto institucional:

- Planificadas desde la institución educativa, son monitoreadas y evaluadas por un equipo docente especialista, con participación activa de los

estudiantes en su seguimiento.

- Son integrales y progresivas dentro de toda la formación, se desarrollan a través de procesos de trabajo propios de la profesión y vinculados al área ocupacional del técnico.
- Posibilitan la integración de capacidades profesionales significativas, al poner en práctica las técnicas, normas, medios de producción y saberes transferibles a situaciones reales del contexto laboral, así como valores y actitudes propias del ejercicio profesional ético y responsable.

Como principales **objetivos formativos**, las PP se orientan a:

- Fortalecer los procesos educativos a través de instancias de encuentro y retroalimentación mutua con medios y empresas del sector socio productivo.
- Fomentar la apertura y participación de la institución educativa en la comunidad y el sistema socio productivo, estableciendo puentes que integren a sus diversos actores.
- Favorecer una formación que relacione los saberes teóricos específicos con las habilidades y competencias profesionales a través de procesos educativos y actividades formativas de acción y reflexión sobre situaciones reales de trabajo.
- Reconocer las demandas del contexto laboral, generando espacios de reflexión crítica de la práctica profesional y sus resultados o impactos.

Las PP pueden asumir diferentes **formatos**, siempre de acuerdo a los fines formativos y criterios que se persiguen con su realización, y en función de las necesidades de los procesos educativos de primer a tercer año:

- Prácticas Profesionalizantes en empresas, organizaciones y/o medios de comunicación estatales o privados.
- Desarrollo de proyectos o emprendimientos autogestionados, a cargo de los estudiantes, en diversas plataformas digitales.
- Proyectos institucionales orientados a satisfacer demandas específicas de determinada producción de servicios en el entorno digital, o destinados a satisfacer necesidades de la propia institución.

Las PP pueden, en sus diversos formatos, organizar su desarrollo a través de diferentes **actividades formativas**, tales como estudio de casos, trabajo de campo, proyecto, modelización, resolución de situaciones problema, elaboración de hipótesis de trabajo, simulaciones, actividades experimentales, entre otros.

La PPI tiene como objetivo introducir a los estudiantes en la construcción de su rol profesional como Técnicos Superiores en Comunicación Digital Convergente, un proceso que se desarrollará y profundizará a lo largo de su formación. En el cursado del espacio, los estudiantes elaborarán un producto final que integre los recursos desarrollados

durante el proceso, que podrá tomar la forma de portafolio de evidencias, muestreos o trabajos de campo, proyectos colaborativos (simulaciones, estudio de casos). En este producto, deberán analizar las observaciones y descripciones del campo ocupacional y demostrar su capacidad para integrar y aplicar los conocimientos de las unidades curriculares vinculadas, especialmente en su articulación horizontal.

Estas actividades, que pueden realizarse mediante la articulación institucional con el entorno o de forma autónoma, buscan que los estudiantes desarrollen una visión integral del campo profesional, considerando:

- La diversidad de contextos de intervención (medios y plataformas).
- Las interrelaciones entre los actores del sector.
- La reflexión sobre su rol profesional con responsabilidad ética y social.

Objetivos:

- Observar y describir la realidad del entorno digital, identificando y analizando los diferentes contextos de trabajo presentes.
- Identificar y analizar los diferentes procesos de trabajo en ambientes reales y/o simulados, reconociendo sus características y las variables que intervienen.
- Desarrollar un cuestionamiento crítico sobre las posibilidades laborales existentes.

Descriptores:

Introducción al rol profesional y al entorno digital. Definición y alcance del rol profesional. Habilidades y competencias clave del comunicador digital. Exploración de trayectorias profesionales y ámbitos de trabajo. Identificación y descripción de plataformas, herramientas y tecnologías digitales relevantes. Análisis de tendencias y novedades en el entorno digital.

Identificación y descripción de los diferentes actores que conforman el campo profesional. Análisis de las interrelaciones y dinámicas de poder entre los actores. Exploración crítica de las posibilidades laborales en el sector.

Identificación y descripción de diferentes procesos de trabajo en ambientes reales y/o simulados. Análisis de las características y variables que intervienen en los procesos de trabajo. Identificación de problemáticas y oportunidades de mejora en los procesos de trabajo.

Análisis de dilemas éticos y buenas prácticas en el campo de la comunicación digital. Reflexión sobre el impacto social y cultural de la comunicación digital. Desarrollo de una visión crítica y responsable del rol profesional.

Denominación: 9 - Comprensión y Producción de Textos Periodísticos

Ubicación en la organización curricular: 2° Año

Régimen de cursado: primer cuatrimestre

Formato curricular: taller

Carga horaria semanal: 3 HR

Descripción:

La unidad curricular Comprensión y Producción de Textos Periodísticos se centra en el desarrollo de habilidades esenciales para la profesionalización de la comunicación digital, incluyendo tanto la capacidad de análisis crítico de la información como la destreza en la creación de contenidos periodísticos de calidad.

Esta unidad curricular tiene como objetivo principal proporcionar a los estudiantes las herramientas necesarias para comprender y producir textos periodísticos de manera efectiva. Para ello, se exploran los fundamentos teóricos y prácticos del periodismo, desde la identificación de fuentes confiables hasta la redacción de noticias, reportajes y otros géneros periodísticos. Se presta especial atención a la ética periodística, la responsabilidad social y el impacto de los medios de comunicación en la sociedad.

Como aspectos clave para el desarrollo del taller, se busca desarrollar la capacidad de los estudiantes para evaluar la veracidad y relevancia de la información, desde un análisis crítico, para identificar sesgos y manipulaciones en los medios de comunicación. Además, se estudian los diferentes géneros periodísticos, analizando sus características y estructuras, aportando técnicas específicas para la redacción periodística.

Objetivos:

- Desarrollar competencias de comprensión y análisis de textos periodísticos en diversos formatos y géneros, reconociendo las estructuras y características propias del periodismo digital, impreso y audiovisual.
- Fomentar la producción escrita de textos periodísticos adecuados a los diferentes formatos y plataformas, integrando los principios de la narrativa, la objetividad, el análisis crítico y la ética periodística.
- Fortalecer el pensamiento crítico y reflexivo sobre el rol del periodismo en la sociedad actual, considerando la convergencia mediática, las audiencias digitales y el impacto de las nuevas tecnologías.
- Incentivar el trabajo colaborativo en la creación de contenidos periodísticos, explorando herramientas digitales para la edición, distribución y gestión de noticias en diferentes plataformas de comunicación.
- Promover el dominio de las técnicas de redacción periodística, enfatizando la claridad, precisión y agilidad en la transmisión de la información, teniendo en cuenta el lenguaje específico de los diferentes géneros periodísticos.

Descriptor:

Introducción al Periodismo: Estudio de los géneros periodísticos, principios y técnicas fundamentales del periodismo clásico y digital. Análisis de las características del periodismo en el contexto de la convergencia mediática.

Redacción y Producción de Textos Periodísticos: Talleres prácticos de redacción de noticias, crónicas, reportajes, entrevistas y otros géneros periodísticos. Técnicas de escritura, estilo, claridad y concisión. Consideración de las particularidades de los textos periodísticos en medios tradicionales y digitales.

Lectura Crítica de Textos Periodísticos: Estrategias para la lectura crítica y la interpretación de textos periodísticos, comprendiendo los enfoques editoriales, los marcos narrativos y los intereses detrás de las noticias. Análisis de textos de medios locales e internacionales.

Adaptación al Formato Digital: Adaptación de los textos periodísticos a formatos digitales: SEO, escritura para la web, uso de hipervínculos, multimedia y redes sociales. Análisis de la narrativa digital y las implicancias del consumo inmediato de la información.

Ética y Responsabilidad Periodística: Reflexión sobre la ética periodística, la objetividad, la veracidad y la responsabilidad en la producción de noticias. El desafío del periodismo ante la desinformación y las fake news.

Trabajo en Grupo y Producción Colaborativa: Fomento del trabajo en equipo para la creación de contenidos periodísticos. Uso de herramientas digitales colaborativas, gestión de proyectos periodísticos y simulación de redacciones.

Denominación: 10 - Narrativas y Audiencias Transmediales

Ubicación en la organización curricular: 2° Año

Régimen de cursado: segundo cuatrimestre

Formato curricular: seminario

Carga horaria semanal: 3 HR

Descripción:

La unidad curricular se adentra en el estudio integral y la práctica de las narrativas transmedia, una forma de contar historias que trasciende los límites de un solo medio, expandiéndose estratégicamente a través de múltiples plataformas y canales para involucrar activamente a las audiencias. Su objetivo principal es proporcionar a los estudiantes las herramientas teóricas y prácticas fundamentales para diseñar, producir y analizar narrativas transmedia efectivas y atractivas, así como para comprender y gestionar las dinámicas de participación y consumo de las audiencias en este nuevo paradigma comunicacional. Se analizarán los elementos clave de las narrativas transmedia, incluyendo la multiplicidad de canales y sus recursos y limitaciones específicas, la identificación de los objetivos de la narrativa y los públicos meta, y las estrategias de expansión y compresión narrativa que permiten construir experiencias coherentes y enriquecedoras a través de diferentes medios. Se prestará especial atención al rol fundamental de los fans y prosumidores en la creación, apropiación y difusión de

contenidos transmedia, así como a las aplicaciones de la gamificación como herramienta para aumentar la participación y el engagement de la audiencia.

Paralelamente, la unidad curricular ofrece un estudio exhaustivo de la evolución de las audiencias, desde los modelos tradicionales y pasivos hasta las dinámicas altamente participativas y colaborativas de la era transmedia. Se examinarán los factores clave que han moldeado esta transformación, incluyendo los avances tecnológicos, los cambios culturales y las tendencias emergentes en los modos de consumo mediático, con un énfasis particular en el papel central de Internet y las redes sociales en la construcción, consolidación y gestión de audiencias transmediales. Se analizarán estrategias creativas y metodologías específicas diseñadas para captar, fidelizar e interactuar significativamente con el público en el complejo y dinámico entorno digital convergente.

Objetivos:

- Analizar y diseñar narrativas transmedia que se expandan estratégicamente a través de múltiples plataformas y canales, comprendiendo sus elementos clave y las particularidades de cada medio.
- Desarrollar habilidades prácticas para la creación de contenidos transmedia coherentes y atractivos, adaptados a las características específicas de cada plataforma y medio involucrado.
- Comprender y analizar el rol fundamental de las audiencias en las narrativas transmedia, incluyendo la participación activa de fans y prosumidores en la creación y difusión de contenidos.
- Explorar y evaluar las aplicaciones de la gamificación como estrategia para aumentar la participación y el engagement de las audiencias en narrativas transmedia.
- Desarrollar una visión crítica y reflexiva sobre las narrativas transmedia, analizando sus implicaciones éticas, sociales y culturales, así como su evolución histórica y transformación en la era digital.
- Analizar en profundidad las dinámicas de participación y consumo de las audiencias en plataformas digitales y transmediales, identificando las diferentes formas de interactividad y el papel de Internet y las redes sociales en la construcción de comunidades.
- Desarrollar habilidades para la gestión, análisis y medición de audiencias en entornos digitales y transmediales, utilizando herramientas y metodologías adecuadas.
- Diseñar y evaluar estrategias creativas y efectivas para la captación y fidelización de audiencias en el contexto de las narrativas transmedia y la comunicación digital convergente.

Descriptor:

Fundamentos de las narrativas transmedia. Definición, principios distintivos de las narrativas transmedia frente a las multimedia, y análisis de sus elementos clave: coherencia narrativa, expansión del universo narrativo y la centralidad de la participación del público.

Multiplicidad de canales y plataformas: exploración exhaustiva de los diversos canales (cine, televisión, videojuegos, redes sociales, aplicaciones móviles, experiencias inmersivas, transmisiones en vivo en la web) y el análisis de los recursos y limitaciones inherentes a cada plataforma en el contexto de la expansión narrativa.

Audiencias y participación: estudio de la definición de objetivos de audiencia y las dimensiones del alcance transmedia (plataformas, contenido, participación), con un enfoque en el rol activo de los fans y prosumidores, el análisis del contenido generado por los usuarios y las estrategias efectivas para fomentar la participación y el engagement.

Estrategias narrativas y diseño: análisis de las estrategias de expansión y comprensión narrativa, los tipos de contenido transmedia (precuelas, secuelas, spin-offs), y la concepción de ecosistemas transmedia en diversos géneros (ficción, documental, contenidos de marca). Se incluye el estudio de casos de éxito y los procesos de diseño y creación de proyectos narrativos transmedia, incluyendo la adaptación de diversas fuentes y la relación con el storytelling.

Gamificación en narrativas transmedia: exploración de la aplicación de mecánicas de juego en las narrativas transmedia como estrategia para aumentar significativamente la participación y el engagement de las audiencias.

Evolución y transformación de las audiencias: análisis de la evolución histórica de las audiencias desde el modelo generalista hasta las audiencias segmentadas y especializadas en la era digital y transmedia, examinando los factores condicionantes (tecnología, cultura, economía) y las tendencias actuales de consumo multiplataforma y fragmentación.

Dinámicas de participación y consumo en entornos digitales: estudio profundo de las dinámicas de participación y consumo en comunidades en línea y fandoms, la interactividad y la construcción de comunidades, así como las estrategias de gestión y moderación de estas comunidades y el análisis de la influencia de las redes sociales en la opinión pública.

Gestión, análisis y medición de audiencias transmedia: desarrollo de habilidades para la gestión, análisis y medición de audiencias en entornos digitales y transmediales, utilizando herramientas de análisis web y redes sociales, comprendiendo las métricas clave (alcance, engagement, sentimiento) y considerando las implicaciones éticas en la recopilación y uso de datos, junto con el diseño de estrategias de captación y fidelización.

Denominación: 11 - Planificación y Gestión de Medios Digitales

Ubicación en la organización curricular: 2° Año

Régimen de cursado: primer cuatrimestre

Formato curricular: seminario

Carga horaria semanal: 4 HR

Descripción:

Planificación y Gestión de Medios Digitales es una unidad curricular diseñada para proporcionar a los estudiantes las herramientas y conocimientos necesarios para gestionar eficazmente empresas y proyectos de medios en el entorno digital. Se abarca desde los fundamentos de la administración empresarial y la gestión de medios hasta las estrategias de comunicación digital, el desarrollo de audiencias y la innovación en formatos y plataformas. Se busca desarrollar una visión integral de la gestión de medios digitales, que combine habilidades técnicas, estratégicas y creativas.

Objetivos:

- Comprender los principios de la gestión empresarial aplicados a los medios digitales.
- Desarrollar habilidades para la planificación, ejecución y evaluación de proyectos de medios digitales.
- Capacitar para la gestión de la comunicación interna y externa de empresas de medios digitales.
- Fomentar la innovación y la adaptación a las nuevas tendencias y formatos en el entorno digital.

Descriptores:

Fundamentos de la gestión empresarial en medios digitales: definición y clasificación de empresas de medios digitales. Gestión comercial y presupuestaria en el entorno digital. Gestión de la comunicación interna y externa en medios digitales. Elaboración y ejecución de planes de comunicación digital. Gestión de prensa y relaciones con los medios. Innovación y Gestión de Proyectos Digitales: Aplicación de Design Thinking y Open Innovation en proyectos de medios digitales. Utilización de herramientas y plataformas para la gestión de proyectos 3.0. Gestión del equipamiento técnico y las políticas de comercialización. Herramientas y plataformas digitales.

Denominación: 12 - Lenguaje digital y redes sociales

Ubicación en la organización curricular: 2° Año

Régimen de cursado: segundo cuatrimestre

Formato curricular: taller

Carga horaria semanal: 3 HR

Descripción:

Esta unidad curricular se adentra en el estudio del lenguaje específico que emerge y evoluciona en el dinámico entorno de las redes sociales y las plataformas digitales, explorando las características distintivas de esta forma de comunicación, su evolución y su impacto fundamental en la manera en que interactuamos, construimos identidades y comunidades virtuales, y participamos en la esfera pública digital. Se abordan los

elementos constitutivos del lenguaje digital, comprendiendo su semántica, pragmática y la riqueza de su uso contextual. Para una mayor comprensión, se propone un estudio comparativo de las particularidades lingüísticas que definen a las diversas plataformas de redes sociales, considerando cómo sus restricciones técnicas, la inmediatez y los formatos predominantes moldean la expresión y la

La comprensión profunda del lenguaje digital reviste una importancia crucial para la Tecnicatura, erigiéndose como la base fundamental para la creación de contenido efectivo y relevante en las diversas redes y plataformas online. Este conocimiento permite a los futuros profesionales analizar con precisión las tendencias emergentes, informando así estrategias de comunicación más acertadas. Más allá de la mera producción, el dominio del lenguaje digital fomenta un uso ético y responsable de la comunicación en línea, contribuyendo al desarrollo de una sólida literacidad digital, que capacita a los estudiantes para participar y producir de manera informada y crítica en el entorno mediático actual.

Objetivos:

- Comprender y analizar las características distintivas del lenguaje específico de las redes sociales y su evolución histórica en el contexto de la comunicación digital.
- Identificar y analizar los diversos elementos que componen el lenguaje digital, como emojis, memes, GIFs, hashtags, abreviaturas, acrónimos y neologismos, comprendiendo su semántica, pragmática y uso contextual.
- Comparar y contrastar las características lingüísticas predominantes en diferentes plataformas de redes sociales, considerando las restricciones técnicas, la inmediatez, la temporalidad y los formatos de contenido.
- Analizar el lenguaje específico utilizado por comunidades y subculturas virtuales dentro de diversas plataformas de redes sociales, comprendiendo su origen, difusión y significado.
- Comprender cómo se construye la identidad online a través de la representación lingüística en el espacio digital y cómo el lenguaje marca la pertenencia a comunidades virtuales.
- Analizar casos prácticos del uso del lenguaje en redes sociales para comprender fenómenos como la viralidad, la apropiación cultural y otras dinámicas comunicativas disruptivas.

Descriptores:

Introducción al lenguaje específico de las redes sociales: definición y características distintivas. Evolución histórica del lenguaje en plataformas digitales y su impacto en la comunicación.

Elementos del lenguaje digital: Emojis: semántica, pragmática y uso contextual. Evolución y diversidad. Memes: estructura, función comunicativa, viralidad y apropiación cultural. GIFs: Su rol en la expresión de emociones y narrativas breves. Hashtags: funciones (etiquetado, categorización, participación en tendencias). Abreviaturas y acrónimos: uso, comprensión y evolución en el contexto digital. Neologismos y jerga digital: origen, difusión y significado en comunidades online.

Características lingüísticas de las plataformas de redes sociales: análisis comparativo. Restricciones de caracteres y su impacto en la expresión. El rol de la inmediatez y la temporalidad en el lenguaje de cada plataforma. Formatos predominantes y su influencia en el lenguaje (texto breve, imagen, video corto).

Lenguaje específico de comunidades y subculturas dentro de cada plataforma.

La identidad online: representación lingüística del yo en el espacio digital. Creación de perfiles y narrativas personales a través del lenguaje. El lenguaje como marcador de pertenencia a comunidades virtuales (tribus urbanas digitales, fandoms, grupos de interés). El fenómeno del "trolleo" y otras formas de comunicación disruptiva. Estudio de casos en redes sociales.

Denominación: 13 - Periodismo Digital

Ubicación en la organización curricular: 2° Año

Régimen de cursado: primer cuatrimestre

Formato curricular: seminario

Carga horaria semanal: 4 HR

Descripción:

La unidad curricular de Periodismo Digital tiene como finalidad el abordaje teórico-práctico del ejercicio del periodismo en entornos digitales. Se analizarán los cambios en la producción, distribución y consumo de la información a partir de la irrupción de las nuevas tecnologías y plataformas digitales. Se trabajará en el desarrollo de habilidades para la producción de contenidos periodísticos en diversos formatos, atendiendo a los principios éticos y deontológicos de la profesión. Además, se explorarán las tendencias emergentes, como el uso de inteligencia artificial en la producción informativa y la narrativa transmedia.

Objetivos:

- Comprender la evolución del periodismo en el ecosistema digital y sus implicancias en la producción y distribución de la información.
- Desarrollar competencias para la producción de contenidos periodísticos adaptados a diferentes plataformas digitales.
- Incorporar herramientas tecnológicas para la recolección, análisis y visualización de datos aplicados al periodismo.
- Analizar la importancia de la ética y la veracidad en el periodismo digital.
- Explorar las nuevas narrativas digitales y las tendencias emergentes en la comunicación periodística.

Descriptor:

Transformaciones del periodismo en la era digital. Redacción periodística para entornos digitales. Uso de redes sociales y plataformas digitales en la distribución de noticias. Nuevas narrativas: storytelling digital y transmedia. Inteligencia artificial y automatización en la producción periodística. Modelos de negocio en el periodismo digital. Ética y

responsabilidad en la práctica periodística en línea. Periodismo ciudadano y participación de la audiencia en la producción de contenidos. Alfabetización mediática y su importancia en la era digital. Impacto de la tecnología en las dinámicas de producción y consumo de noticias. Nuevas plataformas de difusión y monetización del periodismo digital. Adaptación del lenguaje periodístico en entornos digitales y multimedia.

Denominación: 14 - Periodismo de Datos

Ubicación en la organización curricular: 2° Año

Régimen de cursado: segundo cuatrimestre

Formato curricular: seminario

Carga horaria semanal: 4 HR

Descripción:

El periodismo de datos se ha consolidado como una disciplina esencial en la era digital, transformando la manera en que se investigan, analizan y presentan las noticias. Esta especialización periodística utiliza el poder de los datos para descubrir patrones, tendencias y relaciones que, de otra manera, permanecerían ocultos. Al aprovechar la abundancia de información disponible, el periodismo de datos permite a los profesionales contar historias más profundas, precisas y relevantes para el público. En esta unidad curricular, los estudiantes aprenderán a utilizar datos como fuente de información, así como también desarrollarán un conjunto de habilidades interdisciplinarias para abordar el proceso completo de la investigación basada en datos, desde la identificación de fuentes confiables hasta la presentación de hallazgos complejos de manera clara y atractiva.

Objetivos:

- Planificar, ejecutar y evaluar proyectos de periodismo de datos, desde la formulación de preguntas de investigación hasta la publicación de historias basadas en datos.
- Desarrollar un pensamiento crítico y analítico aplicado a los datos para evaluar la calidad y la confiabilidad, identificar sesgos y patrones, y extraer conclusiones significativas.
- Desarrollar habilidades para traducir datos complejos en narrativas claras y atractivas, utilizando visualizaciones de datos y técnicas de narración digital.
- Inculcar en los estudiantes la importancia de utilizar el periodismo de datos para revelar información de interés público, promover la transparencia y exigir la rendición de cuentas a las instituciones.

Descriptores:

Fundamentos del Periodismo de Datos: historia, evolución y tendencias del periodismo de datos. Definición y aplicaciones del periodismo de datos en la era digital. Big data y open data: conceptos y aplicaciones periodísticas. Recopilación y acceso a la información:

fuentes de datos abiertos y gubernamentales. Técnicas de web scraping y APIs. Posicionamiento en buscadores (SEO) para la investigación periodística. Técnicas de acceso a la información pública. Preparación, gestión y análisis de datos: hojas de cálculo (Excel, Google Sheets) y software especializado. Técnicas de limpieza y preparación de datos para el análisis. Gestión de grandes conjuntos de datos. Estadísticas descriptivas y análisis exploratorio de datos. Constatación de datos abiertos y verificación del discurso público. Fact-checking. Visualización de datos: principios de diseño y herramientas (Tableau, D3.js, etc.). Tipos de visualización de datos (gráficos, mapas, infografías). Herramientas virtuales para organizar la información: mapas y líneas de tiempo, tablas interactivas, infografías, nubes de palabras. Herramientas y software para el periodismo de datos (R, Python, etc.). Software y herramientas para scrapping. Narrativa de datos. Generación de comunidad y experiencia del usuario. Viralización de datos. Ética y responsabilidad en el manejo y la presentación de datos periodísticos. Estudios de Caso.

Denominación: 15 - Práctica Profesionalizante II

Ubicación en la organización curricular: 2° Año

Régimen de cursado: anual

Formato curricular: práctica profesionalizante

Carga horaria semanal: 5 HR

Descripción:

Las PP de segundo año están diseñadas para que los estudiantes integren y apliquen los conocimientos y habilidades adquiridos durante su formación, respondiendo a las demandas del desarrollo de productos específicos. El objetivo principal de estas PP es consolidar y profundizar las habilidades necesarias para llevar a cabo un proyecto de intervención en medios o plataformas digitales. Esto implica la creación de contenidos comunicacionales en distintos géneros, delimitando el objeto de estudio a casos o temáticas específicas. El proceso incluye la intervención en una plataforma o medio digital, donde los estudiantes deberán:

- Relevar las necesidades y demandas de una audiencia específica.
- Determinar y desarrollar narrativas adecuadas.
- Crear contenido digital adaptado.

Estas actividades pueden realizarse a través de la articulación institucional con el entorno o mediante proyectos colaborativos con instituciones asociadas y/o acciones autónomas y autogestionadas por los estudiantes. El propósito fundamental es que los practicantes desarrollen una visión completa e integral del campo profesional, considerando:

- La diversidad de contextos de intervención (medios y plataformas).

- La planificación, gestión y desarrollo de contenidos digitales adaptados a diversas narrativas y audiencias transmediales.
- La reflexión sobre su rol profesional con responsabilidad ética y social.

Objetivos:

- Integrar y contextualizar saberes, aplicando de manera práctica los conocimientos y habilidades adquiridos, adaptándolos a las necesidades que surjan en el desarrollo de productos concretos.
- Diseñar y ejecutar proyectos de intervención que demuestren sus competencias en la creación y adaptación de contenidos para diversas audiencias y narrativas digitales.

Descriptores:

Análisis del entorno digital. Identificación y descripción de las principales plataformas y herramientas utilizadas en el campo de la comunicación digital (redes sociales, CMS, herramientas de análisis, etc.). Análisis de las tendencias y novedades en el uso de plataformas y herramientas digitales.

Exploración y análisis de diferentes contextos laborales en el entorno digital (medios digitales, agencias de comunicación, empresas de tecnología, etc.). Identificación de los roles y funciones de los profesionales de la comunicación digital en estos contextos.

Análisis de las dinámicas y relaciones entre los diferentes actores del entorno digital. Identificación y descripción de las problemáticas sociales, éticas y legales que se desarrollan en el entorno digital. Análisis de los derechos y deberes de los usuarios de medios digitales.

Identificación y descripción de los diferentes procesos de trabajo involucrados en la creación y gestión de contenidos digitales. Análisis de las variables y características que influyen en los procesos de producción de contenidos. Exploración y análisis de las diferentes posibilidades laborales en el campo de la comunicación digital.

Denominación: 16 - Marketing Digital Integral: Social Media, Publicidad y Propaganda

Ubicación en la organización curricular: 3° Año

Régimen de cursado: primer cuatrimestre

Formato curricular: taller

Carga horaria semanal: 5 HR

Descripción:

Esta unidad curricular aborda el estudio del marketing digital desde una perspectiva interdisciplinaria, integrando los fundamentos teóricos y las aplicaciones prácticas de la

gestión de redes sociales, la publicidad digital y la propaganda en el entorno digital. Se articula en torno al desarrollo de competencias analíticas y estratégicas, con el objetivo de capacitar a los estudiantes para la planificación, ejecución y evaluación de estrategias de marketing digital basadas en evidencia y orientadas a resultados.

Se presta especial atención a la integración de canales de comunicación tradicionales y digitales, la construcción de marcas digitales sólidas y la gestión de relaciones con las audiencias a través del engagement significativo. Los estudiantes analizarán críticamente las tendencias emergentes en publicidad digital, mobile marketing, personal branding y e-commerce, evaluando su impacto en la sociedad y su relevancia para las estrategias de marketing. Se promueve el desarrollo de una visión crítica y reflexiva sobre el papel del marketing digital en la construcción de la cultura digital y la configuración de la opinión pública, fomentando el ejercicio de una práctica profesional ética y responsable.

Objetivos:

- Comprender los fundamentos del marketing digital y su aplicación en diversos contextos.
- Desarrollar habilidades para la gestión de redes sociales, la publicidad digital y el análisis de datos.
- Comprender los fundamentos de la marca personal y su importancia en el entorno digital.
- Desarrollar una mirada crítica sobre el uso de la comunicación digital en la construcción de la marca personal.
- Fomentar el pensamiento estratégico y la creatividad en la creación de campañas de marketing digital.

Descriptores:

Evolución del marketing digital y sus principales conceptos. Productos y servicios digitales: características y estrategias de marketing. E-commerce y canales de distribución digital.

Comunicación y gestión de redes sociales: estrategias y herramientas. Social media listening: técnicas y aplicaciones. Marketing en redes sociales: campañas, concursos y promociones.

Publicidad y propaganda digital: formatos, plataformas y estrategias. Mobile marketing: estrategias y tendencias. Integración de herramientas de comunicación tradicionales y medios digitales. Plan de marketing digital: elaboración y ejecución.

Construcción estratégica de marca personal (personal branding). Fundamentos. Gestión de reputación en línea. Redes sociales para marca personal. Estrategias de networking digital. Marketing personal. Estudio de casos.

Ética en el marketing digital: transparencia y responsabilidad.

Denominación: 17 - Ciudadanía Digital Responsable: Ética, Derecho y Seguridad en la Red

Ubicación en la organización curricular: 3° Año

Régimen de cursado: primer cuatrimestre

Formato curricular: seminario

Carga horaria semanal: 5 HR

Descripción:

Este seminario se piensa como un ámbito de reflexión crítica y desarrollo de competencias esenciales para la participación plena y responsable en la sociedad digital. Se propone un análisis profundo de los principios éticos que fundamentan la interacción en línea, los derechos y responsabilidades inherentes a la ciudadanía digital, y las estrategias de seguridad para la protección ante los riesgos del entorno digital. A partir del desarrollo de habilidades para la evaluación crítica de la información en línea y la adopción de prácticas seguras y respetuosas en la interacción digital, se abordarán temas de relevancia actual, tales como la privacidad de los datos personales, la proliferación de la desinformación y las "fake news", las dinámicas del ciberacoso y la violencia en línea, y la gestión de la propiedad intelectual y los derechos de autor en el ámbito digital. Esta unidad curricular busca formar ciudadanos digitales conscientes de sus derechos y responsabilidades, capaces de desenvolverse de manera ética y segura en el entorno digital, y comprometidos con la construcción de una sociedad digital más justa y equitativa.

Objetivos:

- Comprender los principios éticos y legales que rigen la ciudadanía digital.
- Desarrollar habilidades para evaluar críticamente la información en línea.
- Aprender a proteger la privacidad y la seguridad en el entorno digital.
- Fomentar el respeto y la responsabilidad en la interacción en línea.
- Promover la participación ciudadana activa y constructiva en la sociedad digital.

Descriptor:

Ética en la comunicación digital. Derechos y responsabilidades de los ciudadanos digitales. Privacidad y protección de datos en línea. Ciberseguridad y prevención de riesgos en la red. Desinformación y "fake news". Ciberacoso y violencia en línea. Propiedad intelectual y derechos de autor en el entorno digital. Participación ciudadana y activismo en línea. Legislación argentina aplicada a los medios digitales.

Denominación: 18 - Taller de producción y edición de contenidos y narrativas gráficas

Ubicación en la organización curricular: 3° Año

Régimen de cursado: primer cuatrimestre

Formato curricular: taller

Carga horaria semanal: 5 HC

Síntesis explicativa/descripción:

Este taller se enfoca en el desarrollo de habilidades integrales para la creación y edición de contenidos visuales y narrativas gráficas, comprendidos desde los fundamentos de la comunicación visual y la aplicación de técnicas para la producción de mensajes gráficos desde una perspectiva integral, analizando la comunicación visual, los sistemas de impresión, la diagramación y la palabra. Se producirán las modalidades del texto informativo, incluyendo la noticia, la crónica, la gacetilla, su diseño y estructura, así como la estructura del informe. Se analizará el espacio noticiable del diario, la revista, el semanario, el libro, y se aplicarán estas técnicas a plataformas y formatos digitales. Se fomentará la experimentación con diferentes estilos y técnicas, adaptándose a las tendencias actuales en la producción de contenidos gráficos.

Objetivos:

- Comprender y aplicar los principios de la comunicación visual en la creación de mensajes gráficos.
- Desarrollar habilidades en el uso de sistemas de impresión, diagramación y la integración de la palabra en el diseño de contenidos gráficos.
- Crear y editar textos informativos en diferentes modalidades (noticia, crónica, gacetilla, informe), adaptándolos a diversos espacios noticiosos y plataformas digitales.
- Analizar y adaptar las técnicas de producción gráfica a las tendencias actuales en plataformas y formatos digitales.
- Fomentar la creatividad y la experimentación en la creación de narrativas gráficas.

Descriptor:

Comunicación visual integral. Sistemas de impresión y diagramación. Modalidades del texto informativo (noticia, crónica, gacetilla, informe). Espacio notable (diario, revista, semanario, libro). Narrativa visual y storytelling visual. Creación de cómics digitales. Infografía digital. Diseño de personajes. Plataformas y formatos digitales.

Denominación: 19 - Taller de producción y edición de contenidos y narrativas audiovisuales

Ubicación en la organización curricular: 3° Año

Régimen de cursado: primer cuatrimestre

Formato curricular: taller

Carga horaria semanal: 5 HC

Síntesis explicativa/descripción:

Este taller se centra en la práctica de la creación y edición de contenidos audiovisuales, enfocándose en la construcción de narrativas efectivas para el entorno digital. A partir del desarrollo de los fundamentos de la producción audiovisual, se trabajará sobre la planificación y rodaje hasta la postproducción, incluyendo la edición de video, el diseño de sonido y la creación de guiones visuales. Se prestará especial atención a la adaptación de las técnicas tradicionales a los formatos y plataformas digitales contemporáneas, como cortometrajes, videos para redes sociales, podcasts y contenido web interactivo. Se analizarán las tendencias emergentes en la producción audiovisual, fomentando la experimentación con diferentes estilos narrativos y técnicas innovadoras. Se buscará el desarrollo de una mirada crítica y creativa, que permita a los estudiantes crear contenidos audiovisuales atractivos, relevantes y con impacto en el público digital.

Objetivos:

- Desarrollar habilidades en el uso de herramientas de producción y edición audiovisual.
- Comprender y aplicar los principios de la narrativa audiovisual y la dirección de fotografía.
- Crear contenidos audiovisuales atractivos y efectivos para diferentes plataformas digitales.
- Analizar y adaptar las técnicas de producción audiovisual a las tendencias actuales.
- Fomentar la creatividad y la experimentación en la creación de narrativas audiovisuales.

Descriptores:

Producción audiovisual digital. Fundamentos. Edición y diseño de video y sonido digital. Narrativa audiovisual y storytelling audiovisual. Creación de cortometrajes digitales. Creación de vídeos para redes sociales. Creación de podcasts. Herramientas de producción y edición audiovisual.

Denominación: 20 - Práctica Profesionalizante III

Ubicación en la organización curricular: 3° Año

Régimen de cursado: primer cuatrimestre

Formato curricular: práctica profesionalizante

Carga horaria semanal: 8 HR

Descripción:

En la formación del Técnico Superior en Comunicación Digital Convergente, la PPIII propiciará la vinculación directa del estudiante con el mundo laboral. La planificación y desarrollo de esta unidad curricular deberá asegurar, de manera continua a lo largo de cada cuatrimestre, instancias de trabajo a cargo del equipo docente, que integren y articulen transversalmente con los unidades curriculares: Taller de producción y edición de

contenidos y narrativas gráficas; Taller de producción y edición de contenidos y narrativas audiovisuales; Taller de producción y edición de contenidos y narrativas sonoras y radiales; Metodología de la investigación en la era digital. Esta integración está pensada como un trayecto pedagógico que tiene como objetivo la construcción del proyecto final de la formación. Para ello, será necesario un trabajo conjunto para el seguimiento de las distintas acciones que los estudiantes deberán efectuar para la realización de su producto final, siendo organizadas de acuerdo al nivel de complejidad y gradualidad de los requerimientos que propone la adquisición de competencias profesionales, a fin de que el estudiante pueda demostrar su capacidad de integración y comprensión de los saberes de la carrera.

En el último espacio de PP, los estudiantes deberán elaborar un Proyecto de Comunicación Digital, de carácter integrador, que contemple los aprendizajes, saberes y habilidades adquiridos previamente y su transferencia a un recorte concreto de la realidad. El objetivo principal de este trabajo es la planificación, diseño, gestión, y distribución de contenidos y narrativas digitales, adaptados a los requerimientos de diversas audiencias, medios y plataformas de comunicación. Por su carácter integral, las PP requieren poner en juego diversas actividades propias del quehacer profesional. Para ello los estudiantes, en forma grupal o individual, irán tomando una serie de decisiones y realizando un conjunto de actividades que les permita llegar al objetivo final.

Objetivos:

- Facilitar la inserción del estudiante en el ámbito laboral, proporcionando experiencias prácticas y relevantes que simulen el entorno profesional.
- Desarrollar la capacidad de adaptación y desempeño en situaciones reales de trabajo, fomentando la autonomía y la responsabilidad.
- Promover la integración y aplicación de los conocimientos y habilidades adquiridos durante la formación en un proyecto de comunicación digital integral.
- Consolidar las competencias profesionales necesarias para la planificación, diseño, gestión y distribución de contenidos y narrativas digitales.
- Elaborar un proyecto de comunicación digital que demuestre su capacidad para aplicar los aprendizajes a un contexto real.
- Fomentar la creatividad, la innovación y el pensamiento crítico en el desarrollo de proyectos de comunicación digital.

Descriptor:

Planificación y gestión de proyectos digitales: metodologías de planificación y gestión de proyectos de comunicación digital. Elaboración de presupuestos, cronogramas y planes de trabajo. Gestión de recursos y equipos de trabajo.

Aplicación de métodos de investigación para el análisis de audiencias, tendencias y contextos digitales. Utilización de herramientas y técnicas de investigación en la era digital. Análisis y evaluación de métricas y resultados de proyectos digitales.

Análisis de dilemas éticos y buenas prácticas en la comunicación digital. Reflexión sobre el impacto social y cultural de los proyectos digitales. Desarrollo de una visión crítica y responsable del rol profesional.

Desarrollo del Proyecto Final Integrador: definición del tema, objetivos, audiencia y estrategias del proyecto. Diseño y desarrollo de contenidos y narrativas digitales. Implementación de estrategias de distribución y promoción del proyecto. Evaluación del impacto y resultados del proyecto. Realización de la defensa oral del proyecto.

Estrategias institucionales para la Implementación de las PP

Para garantizar la efectiva implementación de las PP y el cumplimiento de los objetivos formativos, se proponen las siguientes estrategias institucionales:

- Vinculación con el sector socio productivo:
 - Establecer convenios con medios, empresas y organizaciones del sector público y privado, definiendo claramente los roles y responsabilidades de cada parte.
 - Organizar encuentros periódicos con representantes del sector para identificar demandas, necesidades y oportunidades de desarrollo de proyectos conjuntos.
 - Crear una base de datos actualizada de instituciones y profesionales vinculados al sector, facilitando la gestión de las PP.
- Diseño y planificación de las PP:
 - Elaborar un plan integral de PP que articule los diferentes formatos (prácticas en empresas, proyectos autogestionados, proyectos institucionales) con los contenidos curriculares de cada año de la Tecnicatura, teniendo como eje transversal el desarrollo de las competencias profesionales.
 - Definir criterios claros y específicos para la evaluación de las PP, considerando tanto el proceso como los resultados obtenidos.
 - Fomentar la interdisciplinariedad en el desarrollo de los proyectos, promoviendo la integración de saberes y habilidades de diferentes áreas de la comunicación digital.
- Tutorías y seguimiento:
 - Asignar un tutor académico a cada grupo de estudiantes, responsable de orientar, supervisar y evaluar el desarrollo de las PP.
 - Establecer mecanismos de seguimiento periódico de las actividades realizadas por los estudiantes, a través de encuentros presenciales sincrónicos.
 - Brindar apoyo técnico y pedagógico a los estudiantes, facilitando el acceso a recursos y herramientas necesarias para el desarrollo de sus proyectos.

- Evaluación y retroalimentación:
 - Implementar un sistema de evaluación integral de las PP, que incluya la autoevaluación del estudiante, la evaluación del tutor académico y, en su caso, la evaluación del responsable de la institución o proyecto.
 - Promover instancias de retroalimentación mutua entre estudiantes, tutores, instituciones y el sector socio productivo, para identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en el desarrollo de las PP.
 - Utilizar los resultados de la evaluación para ajustar el plan de PP, mejorar la calidad de la formación y fortalecer la vinculación con el sector socio productivo.

Criterios de presencialidad

En las PP, se podrán considerar actividades presenciales a las reuniones de coincidencia espacio-temporal, los encuentros sincrónicos cara a cara (individuales o grupales), encuentros sincrónicos virtuales, talleres y las prácticas en laboratorios, con equipamiento y materiales tangibles o intangibles; las observaciones y trabajos de campo (Res. 346-CFE-18).

Teniendo en cuenta tanto las actividades de enseñanza y aprendizaje como las instancias de evaluación formativa y final propuestas, se establecen los siguientes porcentajes para la carga horaria de las PP:

Espacio curricular	HR Anuales	HR Pres.	%	HR No Pres.	%
Práctica Profesionalizante I	120	60	50	60	50
Práctica Profesionalizante II	150	90	60	60	40
Práctica Profesionalizante III	120	84	70	36	30
Totales	390	234	60	156	40

Modos de registro institucionales

Para garantizar un adecuado seguimiento y evaluación de las PP, se propone implementar los siguientes modos de registro institucionales:

- Legajo de prácticas profesionalizantes:
 - Cada estudiante contará con un legajo o archivo de PP, en formato digital, donde se registrarán todas las actividades realizadas, los productos elaborados, las evaluaciones obtenidas y demás información relevante sobre su desempeño.
 - El legajo incluirá, como mínimo, los siguientes documentos:
 - Plan de trabajo de la PP, elaborado por el estudiante y aprobado por el tutor.
 - Informe de avance, presentado periódicamente por el estudiante.
 - Informe final, que detalle las actividades realizadas, los resultados obtenidos y las reflexiones sobre el proceso de aprendizaje.
 - Evaluaciones del tutor académico y, en su caso, del responsable de la institución o proyecto.
 - Constancia de realización de la PP, emitida por la institución educativa.
- Plataforma virtual de gestión de PP:
 - Se desarrollará una plataforma virtual (Aula de Tutoría) que facilite la gestión, el seguimiento y la evaluación de las PP.
 - La plataforma permitirá a los estudiantes registrar sus actividades, subir sus trabajos, comunicarse con sus tutores y recibir retroalimentación.
 - Los tutores podrán utilizar la plataforma para hacer seguimiento del progreso de los estudiantes, evaluar sus trabajos y comunicarse con ellos.
 - La plataforma también servirá como repositorio de información sobre las PP, facilitando la consulta y el análisis de los datos.
- Informes institucionales:
 - La institución elaborará informes periódicos sobre el desarrollo de las PP, que incluirán datos cuantitativos y cualitativos sobre la participación de los estudiantes, los proyectos realizados, los resultados obtenidos y la vinculación con el sector socio productivo.
 - Los informes institucionales servirán como herramienta para la toma de decisiones, la planificación estratégica y la mejora continua de las PP.

Implementación y seguimiento

La implementación de estas estrategias y modos de registro requerirá de un trabajo coordinado entre los diferentes actores involucrados: directivos, docentes, estudiantes y representantes del sector socio productivo.

El seguimiento de la implementación de estas estrategias y modos de registro se realizará a través de reuniones periódicas, la revisión de los legajos de PP, el análisis de los datos registrados en la plataforma virtual y la evaluación de los informes institucionales.

Descripción de los espacios curriculares de la PP por año:

PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE I

La PPI tiene como objetivo introducir a los estudiantes en la construcción de su rol profesional como Técnicos Superiores en Comunicación Digital Convergente, un proceso que se desarrollará y profundizará a lo largo de su formación. Esta PPI se articula transversalmente con todos los espacios curriculares de primer año.

Las PPI de primer año fomentan la adquisición de las siguientes capacidades:

- Observación y descripción de la realidad del entorno digital para conocer los diferentes contextos de trabajo.
- Identificación de diferentes procesos de trabajo, sus características, variables puestas en juego, en ambientes reales de trabajo y/o simulados.
- Reconocimiento de los diferentes actores que conforman el campo profesional y cuestionamiento crítico de las posibilidades laborales.

En el cursado del espacio, los estudiantes elaborarán un producto final que integre los recursos desarrollados durante el proceso: portafolio de evidencias, muestreos o trabajos de campo, producciones escritas (ensayos, monografías, etc.). En este producto, deberán analizar las observaciones y descripciones del campo ocupacional y demostrar su capacidad para integrar y aplicar los conocimientos de los espacios curriculares vinculados, especialmente en su articulación horizontal.

Estas actividades, que pueden realizarse mediante la articulación institucional con el entorno o de forma autónoma, buscan que los estudiantes desarrollen una visión integral del campo profesional, considerando:

- La diversidad de contextos de intervención (medios y plataformas).
- Las interrelaciones entre los actores del sector.
- La reflexión sobre su rol profesional con responsabilidad ética y social.

Este espacio curricular comprende 120 horas reloj anuales, distribuidas en 50% bajo modalidad presencial y 50% no presencial asincrónica. La modalidad presencial se enfoca en la aproximación de los estudiantes a experiencias directas y visitas a diversos ámbitos laborales, donde realizarán observaciones, entrevistas y encuestas para conocer las características de los contextos de trabajo y las vinculaciones con otros actores. Podrán incluirse además, encuentros sincrónicos no obligatorios, vía videollamada o plataforma YouTube, a fin de establecer contacto directo entre estudiantes y docentes, así como ofrecer espacios de consulta para el desarrollo de las actividades propuestas.

Las horas de trabajo áulico virtual, coordinadas por el docente, se destinan a estrategias que promueven el intercambio y la puesta en común de las experiencias de los estudiantes. Esto incluye el análisis de las actividades realizadas, el impacto de los proyectos y la reflexión sobre los roles asumidos, fomentando el debate y el aprendizaje colectivo.

Actividades sugeridas que podrían enriquecer la propuesta:

- Proyectos colaborativos: simulaciones de gestión de redes sociales para una organización ficticia o real con la que se establezca convenio. En esta actividad es necesario que se establezcan los roles asignados (community manager, creador de contenido, analista de métricas). Estudio de casos: análisis e identificación de estrategias de campañas digitales de diversa índole, con alto impacto en el entorno mediático digital.
- Talleres virtuales sobre el uso y aplicaciones de diversas herramientas digitales como Canva, Hootsuite o Google Analytics (o las que a futuro se presenten), organizados y mediados por los profesores de la PP y con la colaboración del plantel docente.

Para orientar la **evaluación**, se proponen algunos indicadores que pueden ser utilizados como evidencias, a partir de las cuales se podrá inferir si los estudiantes han alcanzado los objetivos propuestos:

- Análisis del entorno digital: identificar y describir elementos, contextos laborales, dinámicas y problemáticas del entorno digital, utilizando información relevante.
- Análisis de procesos de trabajo: identificar, describir y analizar procesos de trabajo, variables y problemáticas en ambientes digitales, proponiendo mejoras.
- Análisis del campo profesional: identificar y describir actores del campo profesional, analizando críticamente posibilidades laborales y reflexionando sobre el rol y la responsabilidad del profesional y los usuarios.

PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE II

Articula transversalmente con todos los espacios de segundo año; y horizontalmente con los espacios curriculares del campo de formación específica.

Las PP de segundo año están diseñadas para que los estudiantes integren y apliquen los conocimientos y habilidades adquiridos durante su formación, respondiendo a las demandas del desarrollo de productos específicos. Este espacio busca que los estudiantes sean capaces de:

- Integrar y contextualizar saberes, aplicando de manera práctica los conocimientos y habilidades adquiridos, adaptándolos a las necesidades que surjan en el desarrollo de productos concretos.
- Diseñar y ejecutar proyectos de intervención que demuestren sus competencias en la creación y adaptación de contenidos para diversas audiencias y narrativas digitales.

El objetivo principal de estas PP es consolidar y profundizar las habilidades necesarias para llevar a cabo un proyecto de intervención en medios o plataformas digitales. Esto implica la creación de contenidos comunicacionales en distintos géneros, delimitando el objeto de estudio a casos o temáticas específicas. El proceso incluye la intervención en una plataforma o medio digital, donde los estudiantes deberán:

- Relevar las necesidades y demandas de una audiencia específica.
- Determinar y desarrollar narrativas adecuadas.
- Crear contenido digital adaptado.

Este espacio curricular comprende 150 horas reloj anuales, distribuidas en 60% bajo modalidad presencial y 40% no presencial asincrónica. La modalidad presencial se enfoca en la aproximación de los estudiantes a experiencias directas y visitas a diversos ámbitos laborales, donde realizarán observaciones, entrevistas y encuestas para conocer las características de los contextos de trabajo y las vinculaciones con otros actores. Podrán incluirse además, encuentros sincrónicos no obligatorios, vía videollamada o plataforma YouTube, a fin de establecer contacto directo entre estudiantes y docentes, así como ofrecer espacios de consulta para el desarrollo de las actividades propuestas.

Las horas de trabajo áulico, coordinadas por el docente, se destinan a estrategias que promueven el intercambio y la puesta en común de las experiencias de los estudiantes. Esto incluye el análisis de las actividades realizadas, el impacto de los proyectos y la reflexión sobre los roles asumidos, fomentando el debate y el aprendizaje colectivo.

Actividades sugeridas que podrían enriquecer la propuesta:

- Proyectos colaborativos con instituciones asociadas: diseño de estrategias de comunicación para ONGs, Áreas del Municipio, instituciones públicas o privadas del ámbito educativo, empresarial o de gobierno; enfocadas en el desarrollo de redes sociales y contenido multimedia específico.
- Transmisiones en vivo: organización de webinars con expertos en comunicación digital, temas de interés educativo o general, gestionadas por los estudiantes.
- Gamificación: desarrollo de narrativas transmedia (ejemplo: historias interactivas en Instagram, TikTok y blogs).

Estas actividades pueden realizarse a través de la articulación institucional con el entorno o mediante acciones autónomas y autogestionadas por los estudiantes. El propósito fundamental es que los practicantes desarrollen una visión completa e integral del campo profesional, considerando:

- La diversidad de contextos de intervención (medios y plataformas).
- La planificación, gestión y desarrollo de contenidos digitales adaptados a diversas narrativas y audiencias transmediales.
- La reflexión sobre su rol profesional con responsabilidad ética y social.

Para orientar la **evaluación**, se proponen algunos indicadores que pueden ser utilizados como evidencias, a partir de las cuales se podrá inferir si los estudiantes han alcanzado los objetivos propuestos:

- Aplicación y adaptación de saberes: integrar y aplicar conocimientos teóricos en la práctica, de acuerdo a necesidades específicas y demostrando adaptabilidad y argumentación sólida.
- Diseño y ejecución de proyectos digitales: crear y adaptar contenidos digitales para diversas audiencias, gestionando proyectos con ética y responsabilidad, y evaluando su impacto.
- Evaluación del desempeño y resultados: demostrar dominio de herramientas digitales, cumplir objetivos, y analizar métricas y retroalimentación para evaluar el éxito de los proyectos.

PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE III

Integra horizontalmente todos los espacios curriculares de tercer año y verticalmente los de primer y segundo año. En la formación del Técnico Superior en Comunicación Digital Convergente, la PPIII propiciará la vinculación directa del estudiante con el mundo laboral. Esta integración está pensada como un trayecto pedagógico que tiene como objetivo la construcción del proyecto final de la formación. Para ello, será necesario un trabajo conjunto para el seguimiento de las

distintas acciones que los estudiantes deberán efectuar para la realización de su producto final, siendo organizadas de acuerdo al nivel de complejidad y gradualidad de los requerimientos que propone la adquisición de competencias profesionales, a fin de que el estudiante pueda demostrar su capacidad de integración y comprensión de los saberes de la carrera.

Este espacio curricular comprende 120 horas reloj cuatrimestrales, distribuidas en 70% bajo modalidad presencial y 30% no presencial asincrónica. La modalidad presencial se enfoca en la aproximación de los estudiantes a experiencias directas y visitas a diversos ámbitos laborales, donde realizarán observaciones, entrevistas y encuestas para conocer las características de los contextos de trabajo y las vinculaciones con otros actores. Deberán incluirse además, encuentros sincrónicos no obligatorios, vía videollamada o plataforma YouTube, a fin de establecer contacto directo entre estudiantes y docentes, así como ofrecer espacios de consulta para el desarrollo de las actividades propuestas.

Las horas de trabajo áulico, coordinadas por el docente, se destinan a estrategias que promueven el intercambio y la puesta en común de las experiencias de los estudiantes. Esto incluye el análisis de las actividades realizadas, el impacto de los proyectos y la reflexión sobre los roles asumidos, fomentando el debate y el aprendizaje colectivo.

Actividades sugeridas que podrían enriquecer la propuesta:

- Proyectos integrales: elaboración de un plan de comunicación digital para una empresa o institución real, incluyendo diagnóstico, ejecución y medición de resultados.
- Portfolio profesional: creación de un sitio web personal que muestre proyectos, habilidades técnicas y reflexiones críticas.
- Mentorías externas: participación en redes profesionales (LinkedIn, Behance) con seguimiento de profesores de la práctica.

En el último espacio de PP, los estudiantes deberán elaborar un **Proyecto de Comunicación Digital**, de carácter integrador, que contemple los aprendizajes, saberes y habilidades adquiridos previamente y su transferencia a un recorte concreto de la realidad. El objetivo principal de este trabajo es la planificación, diseño, gestión, y distribución de contenidos y narrativas digitales, adaptados a los requerimientos de diversas audiencias, medios y plataformas de comunicación. Por su carácter integral, las PP requieren poner en juego diversas actividades propias del quehacer profesional. Para ello los estudiantes, en forma grupal o individual, irán tomando una serie de decisiones y realizando un conjunto de actividades que les permita llegar al objetivo final.

En la planificación de esta unidad curricular, deben preverse un número suficiente de encuentros presenciales sincrónicos para desarrollar los requisitos y criterios que deberán tener en cuenta los estudiantes para la elaboración del proyecto, a través de materiales y guías de trabajo. En las clases no presenciales los estudiantes planifican su trabajo, consultan dudas y socializan sus experiencias frente a la elaboración del proyecto. Es fundamental fomentar espacios para la reflexión grupal sobre las dudas y los avances, con el fin de lograr un ámbito de aprendizaje colaborativo.

De acuerdo con la planificación y formato de prácticas profesionalizantes adoptado por la institución, la evaluación involucra una o más instancias que posibiliten evaluar las distintas dimensiones del proyecto integrador; entre ellas la pertinencia y factibilidad técnica de la propuesta, su fundamentación documentada, los desempeños de los estudiantes en el proceso de elaboración del proyecto, etc.

Algunas sugerencias de implementación de particular relevancia para la planificación y organización de la PP III:

- Definición del Proyecto, tema y enfoque: el estudiante debe seleccionar un tema relevante y específico dentro del campo de la comunicación digital convergente. El enfoque puede variar, de acuerdo a los intereses de los estudiantes y a los recortes de la realidad propuestos en la planificación docente (creación de contenido digital, gestión de redes sociales, desarrollo de estrategias de comunicación, análisis de audiencias, etc.).
- Objetivos: deben ser claros, medibles y alcanzables. Deben reflejar las competencias adquiridas durante la tecnicatura.
- Audiencias: definir claramente a quién va dirigido el proyecto. Analizar las necesidades y características de la audiencia. Realizar una investigación exhaustiva sobre el tema, la audiencia y las tendencias del sector.
- Plataformas y herramientas digitales: que la selección de las mismas sea adecuada y coherente con el proyecto. Justificar su elección en función de los objetivos y la audiencia.
- Producción: crear los contenidos digitales (textos, imágenes, videos, audios) utilizando los recursos, saberes, herramientas y habilidades de los espacios curriculares que articulan con la práctica.
- Evaluación del Proyecto: debe incluir una reflexión del estudiante sobre su proceso de aprendizaje y las dificultades encontradas. Se sugiere documentar el proceso de trabajo y los resultados del proyecto en un Portafolio Digital.

La estrategia de evaluación final consistirá en la presentación y defensa del proyecto, en un coloquio final.

Para orientar la **evaluación**, se proponen algunos indicadores que pueden ser utilizados como evidencias, a partir de las cuales se podrá inferir si los estudiantes han alcanzado los objetivos propuestos:

Definición del Proyecto:

- Relevancia y enfoque: pertinencia y especificidad del tema, originalidad del enfoque, y justificación adecuada.
- Objetivos: claridad, medibilidad, alcanzabilidad, y reflejo de las competencias adquiridas.
- Audiencia: definición clara, análisis exhaustivo de necesidades, e investigación relevante.
- Plataformas y herramientas: adecuación, justificación, y dominio demostrado.

Producción:

- Calidad y coherencia: alta calidad de los contenidos digitales, coherencia con la narrativa y estrategia.
- Uso de recursos y adaptación: uso efectivo de saberes y herramientas, y adaptación a la audiencia y plataformas.

Evaluación del Proyecto:

- Reflexión y análisis: reflexión profunda sobre el aprendizaje, y análisis de resultados.
- Portafolio y presentación: documentación clara del proceso, y presentación efectiva del proyecto.

Obligaciones académicas de cada figura del equipo docente:

Descripción del equipo docente.

Al tratarse de una propuesta de ETP, las obligaciones académicas de todo el equipo docente tienen como función primera atender las problemáticas del campo profesional de la Comunicación Digital abordadas desde cada espacio curricular, así como a las capacidades, conocimientos, habilidades que se pretende que los estudiantes desarrollen. Por ello, la propuesta formativa se configura en torno a la definición de acciones que organicen la secuencia de estrategias metodológicas a realizar (presenciales o no presenciales), los contenidos que serán abordados en ellas, las prácticas que los estudiantes desarrollarán (individuales y grupales) en entornos reales, virtuales o simulados (talleres, espacios didáctico productivos, organizaciones y otros entornos laborales, entre otros), las instancias de apoyo pedagógico y de orientación, las instancias, criterios y estrategias de seguimiento y evaluación.

o Figuras que componen el equipo

o Tipos de funciones de cada figura del equipo docente.

Equipo de gestión académica:

Funciones:

- Implementar la carrera e intervenir en las dimensiones organizacional, académica y administrativa de la propuesta.
- Organizar instancias de capacitación docente especializada y tutorías situadas a estudiantes, inherentes a la enseñanza digital y metodologías EaD.

Coordinador Académico responsable de la carrera:

Funciones:

- Liderar y gestionar los aspectos tecno-pedagógicos de la propuesta curricular, asegurando su implementación efectiva y la optimización de las estrategias de enseñanza y aprendizaje mediadas por la tecnología.
- Coordinar y asesorar al equipo docente en la formulación integral de la propuesta curricular, abarcando la selección de recursos, la elaboración de materiales didácticos, el diseño y desarrollo de actividades de enseñanza, la orientación y el seguimiento de los estudiantes, así como la evaluación y administración de los medios y herramientas tecnológicas.
- Cumplir con el cronograma establecido, adaptando su implementación a las necesidades y características de los destinatarios con un criterio de flexibilidad..
- Orientar a docentes y estudiantes en los procesos de cursado y evaluación.
- Formalizar e implementar instancias de evaluación formativa y continua, desarrollando estrategias que posibiliten el seguimiento del progreso de docentes y estudiantes.
- Promover la actualización permanente del plan de estudios, en colaboración con el equipo docente y los actores relevantes del sector, para asegurar su pertinencia y adecuación a las demandas del campo profesional de la comunicación digital.
- Gestionar y fortalecer los vínculos con instituciones, organizaciones y empresas del sector, para facilitar la realización de prácticas profesionales, proyectos colaborativos y otras actividades que enriquezcan la formación de los estudiantes.
- Coordinar y supervisar el proceso de evaluación y acreditación de la carrera, asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos por las normativas vigentes.
- Participar en la selección y formación continua del equipo docente, asegurando su idoneidad y actualización en los aspectos tecno-pedagógicos y disciplinares relevantes.
- Coordinar la elaboración de informes y reportes periódicos sobre el desarrollo y los resultados de la carrera, para la toma de decisiones y la mejora continua.

Facilitador referente de EVA:

Funciones:

- Gestionar, configurar y personalizar los EVA de acuerdo con el diseño tecno-pedagógico de cada curso.
- Facilitar la interacción y la comunicación entre docentes y estudiantes a través de las herramientas del EVA (foros, chats, mensajería, etc.) y brindar apoyo técnico-pedagógico.
- Capacitar y asesorar a los docentes en el diseño y desarrollo de actividades de enseñanza y evaluación en el EVA.
- Contribuir a la creación de materiales y recursos digitales para el desarrollo de la propuesta curricular.

Administrador de plataformas y redes:

Funciones:

- Administrar, gestionar y mantener el funcionamiento óptimo de las plataformas virtuales de aprendizaje (EVA) y otras herramientas tecnológicas utilizadas en la institución.
- Administrar y mantener la red informática, los servidores y otros equipos relacionados.
- Garantizar la seguridad y la integridad de los datos y la información alojados en las plataformas y redes.
- Brindar soporte técnico a docentes, estudiantes y personal administrativo en el uso de las plataformas virtuales, la red y otros recursos tecnológicos.
- Diagnosticar y resolver problemas técnicos relacionados con el hardware y el software.
- Gestionar las cuentas de usuario y los permisos de acceso a las plataformas y redes.
- Participar en la selección, instalación y configuración de nuevas plataformas y Administrar y dar soporte a los laboratorios virtuales.

Personal de apoyo administrativo:

Funciones:

- Cumplir con tareas de registro, información, seguimiento, distribución y recepción de documentos y materiales de distinto tipo, tanto en formato físico como digital.
- Colaborar en la organización y gestión de los archivos y la documentación de la carrera.
- Gestionar los trámites administrativos relacionados con los estudiantes (inscripciones, certificados, etc.).
- Atender las consultas y requerimientos de docentes, estudiantes y otros miembros de la comunidad educativa.

Tutor tecno-pedagógico, de apoyo y desarrollo académico:

Funciones:

- Favorecer las dinámicas y desempeños generales de los estudiantes en las aulas virtuales.
- Brindar asesoramiento tecno-pedagógico específico sobre problemáticas del acompañamiento estudiantil.
- Acompañar el estudio personal de los estudiantes a lo largo de su proceso de aprendizaje, mediante instancias presenciales sincrónicas y/o no presenciales.
- Planificar, en colaboración con la Coordinación Académica, estrategias de acompañamiento centradas en el diagnóstico, la atención de dificultades de aprendizaje y la promoción del estudio autónomo.
- Orientar y asistir a los estudiantes en el uso de los materiales de los distintos espacios curriculares y en el aprovechamiento adecuado de los recursos y medios tecnológicos.
- Atender y/o canalizar consultas de tipo administrativo (información general de la carrera, recorrido curricular, certificados, exámenes, etc.).
- Informar sobre el calendario académico.
- Servir de enlace con el Coordinador Académico de la Carrera para analizar la trayectoria académica y el proceso educativo de los estudiantes.
- Acompañar y estimular la participación de los estudiantes en su proceso formativo, estableciendo canales de comunicación e intervención para prevenir el debilitamiento o abandono de su trayectoria.
- Elevar informes tecno-pedagógicos periódicos al Coordinador Académico y/o al Equipo de Gestión, identificando fortalezas y áreas de mejora.

Equipo de Docentes:

Docente Contendista:

Funciones:

- Ser responsable del diseño tecno-pedagógico de la propuesta formativa.
- Seleccionar y organizar los contenidos de cada espacio curricular.
- Elaborar los materiales didácticos (unidades didácticas, infografías, videos, etc.).
- Seleccionar bibliografía pertinente para cubrir los contenidos curriculares.
- Podrá asumir el rol de docente-tutor.

Docente Tutor:

Funciones:

- Asegurar el vínculo entre los estudiantes y la propuesta pedagógica, de acuerdo al proyecto educativo y los marcos teóricos referidos a la enseñanza, el aprendizaje, la comunicación y la evaluación.
- Orientar académica y metodológicamente al estudiante, respecto de la evaluación de sus aprendizajes y hacer el seguimiento durante todo el proceso de formación.
- Seleccionar y organizar los contenidos.
- Elaborar la propuesta de contenidos de los materiales y/o seleccionar bibliografía y

demás soportes pertinentes para cubrir los contenidos curriculares.

- Producir y conducir las actividades de enseñanza planificadas.
- Plantear actividades pedagógicas complementarias para facilitar la comprensión de los temas.
- Acompañar el estudio personal del estudiante durante todo el proceso de aprendizaje, a través de instancias presenciales sincrónicas y/o no presenciales.
- Atender consultas de los estudiantes sobre contenidos, bibliografía y demás aspectos que hacen al desarrollo de cada espacio curricular, a través de encuentros y/o clases presenciales y a distancia.
- Orientar y acompañar las prácticas que componen la propuesta curricular, en caso de corresponder.
- Realizar el seguimiento de trabajos de campo, de investigación y proyectos de acción, según corresponda.
- Realizar la corrección y devolución al estudiante de actividades y evaluaciones parciales y finales.
- Efectuar actividades centradas en el diagnóstico, la atención de dificultades de aprendizaje y la promoción del estudio autónomo.
- Proporcionar las ayudas para mantener el interés y favorecer la curiosidad cognitiva y aquellas tendientes a que los estudiantes sostengan un ritmo de estudios adecuado que evite el abandono y la deserción.
- Orientar y asistir a los estudiantes en el aprovechamiento de los materiales correspondientes al espacio curricular y en el uso apropiado de recursos y medios tecnológicos.
- Estimular y promover la creación de un ambiente de aprendizaje orientado a favorecer las interacciones entre estudiantes, la conformación de grupos de estudio y la elaboración de trabajos colaborativos a distancia.
- Participar en los procesos de evaluación institucional.
- Podrá asumir el rol de docente-contenidista.

Responsables del seguimiento de las prácticas profesionalizantes

Docente Tutor: será el principal responsable del seguimiento de las observaciones y las prácticas de cada estudiante. Sus funciones incluirán:

- Revisar y aprobar el plan de trabajo de la PP.
- Realizar un seguimiento periódico de las actividades del estudiante, a través de encuentros presenciales sincrónicos y/o espacios de consulta, como foros, mensajería interna, etc.
- Dar especial seguimiento a los estudiantes que realicen sus prácticas a través de proyectos autigestionados.
- Brindar orientación y apoyo al estudiante en el desarrollo de sus actividades.
- Evaluar el desempeño del estudiante, considerando tanto el proceso como los resultados obtenidos.

- Comunicarse con el responsable de la institución o proyecto, en caso de ser necesario.

Responsable de la institución externa o proyecto digital: donde se desarrolla la PP (cuando corresponda). Tendrá las siguientes responsabilidades:

- Supervisar las actividades del estudiante en la institución o proyecto.
- Proporcionar al estudiante las herramientas y recursos necesarios para el desarrollo de sus actividades.
- Evaluar el desempeño del estudiante, en colaboración con el docente tutor.
- Emitir un informe final sobre el desempeño del estudiante.

Coordinador académico: será responsable de acompañar a los docentes tutores en la coordinación y supervisión del seguimiento general de las PP. Entre sus funciones se encuentran:

- Resolver las situaciones problemáticas que puedan surgir en el desarrollo de las PP.
- Evaluar la efectividad del sistema de seguimiento y proponer mejoras.

Características del Seguimiento

Integral: abarcará todos los aspectos relevantes del desarrollo de las PP, incluyendo las actividades realizadas, los productos elaborados, el desempeño del estudiante, el cumplimiento de los objetivos formativos y la vinculación con la institución o proyecto.

Continuo: se realizará de manera continua a lo largo de todo el período de duración de las PP, a través de diferentes mecanismos y herramientas.

Personalizado: se adaptará a las necesidades y características de cada estudiante, considerando su ritmo de aprendizaje, sus intereses y sus dificultades.

Participativo: involucrará a todos los actores involucrados.

Reflexivo: promoverá la reflexión crítica del estudiante sobre su propia práctica, sus logros y sus desafíos, con el fin de favorecer su aprendizaje y desarrollo profesional.

o Asignación horaria y el modo en que se cumple, su carácter presencial o a distancia.

Para todo el personal de referencia de la tecnicatura, se establece el cumplimiento de funciones bajo modalidad a distancia.

- Equipo de gestión académica, las funciones serán cumplidas en los horarios previstos en la asignación horaria correspondiente a cada caso.
- Facilitador referente de EVA, Administrador de plataformas y redes, se requiere de un mínimo de 10 (diez) horas reloj semanales, y las funciones serán cumplidas de acuerdo al desarrollo de los procesos educativos, las necesidades y demandas emergentes.
- Tutores de apoyo y desarrollo académico, se refuncionalizarán horas en contraprestación creando la figura o rol, cuya asignación horaria dependerá tanto de las condiciones institucionales, como de las necesidades y demandas durante la implementación de la propuesta, con un mínimo de 8 (ocho) horas reloj semanales.
- Coordinación Académica, se requiere de un mínimo de 10 (diez) horas reloj semanales, y las funciones serán cumplidas de acuerdo al desarrollo de los procesos educativos, las necesidades y demandas emergentes.
- Docentes tutores, de acuerdo a las funciones a cumplir y a la carga horaria y especificidad de cada espacio curricular, establecida de acuerdo al nivel y la modalidad de la oferta. El cumplimiento de funciones se realiza de manera no presencial (asincrónica), según corresponda a lo estipulado en el diseño curricular. Podrá ser de manera presencial (sincrónica), no obligatorias para el estudiante, cuando el proceso formativo lo requiera (consultas sobre actividades, presentación de trabajos finales). Podrá cumplir la función de docente contenidista.
- Docentes contenidistas, se propone una asignación horaria por proyecto específico, en el que la cantidad de horas dependerá de la complejidad, profundidad y extensión del material a desarrollar (módulos completos, unidades didácticas, actividades específicas, recursos multimedia) y los plazos acordados. Podrá cumplir la función de docente tutor.

o Las formas de registro de sus actividades.

Además de las prescriptas por la normativa vigente, se realizará el monitoreo permanente de la actividad docente en sus EVA.

Se propone además, la elaboración de un archivo drive en el que cada miembro del equipo registrará las actividades realizadas semanalmente, y los días y horarios de cumplimiento de sus funciones.

Los informes que se obtienen de la plataforma son evaluados por el Coordinador Académico Responsable de la Carrera y el Equipo de Gestión.

o El máximo de estudiantes que se prevé atenderá cada docente.

Para asegurar el seguimiento y la orientación continua del aprendizaje, la relación docente tutor - estudiante no debe superar el máximo de 50 estudiantes.

VI. ENTORNO VIRTUAL DE APRENDIZAJE.

Descripción de los escenarios o ambientes digitales para el desarrollo de los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

El Entorno Virtual de Aprendizaje se despliega a través de Aulas Virtuales habilitadas en el marco de la Plataforma E-ducativa proporcionada por el INFoD. La misma ofrece una amplia gama de características, opciones y posibilidades para mejorar la experiencia de aprendizaje en línea. Algunas de las características que incluyen las aulas virtuales institucionales son:

- Acceso a contenido educativo: los estudiantes pueden acceder a una variedad de recursos educativos, como videos, presentaciones, documentos y actividades interactivas.
- Interacción sincrónica: la plataforma facilita la comunicación entre estudiantes y profesores a través de chats en vivo, foros y sesiones de videoconferencia.
- Personalización del aprendizaje: los docentes pueden adaptar su experiencia de aprendizaje según sus necesidades y preferencias, conforme a ritmos de estudio, de interés para profundizar, actividades complementarias y/o diferenciadas.
- Evaluación y retroalimentación: la plataforma posibilita que los docentes generen y asignen tareas, exámenes y cuestionarios para evaluar el progreso de los estudiantes, además de brindar retroalimentaciones individuales.
- Seguimiento del progreso: docentes y estudiantes pueden hacer un seguimiento de su progreso académico a través de informes y estadísticas que muestran su desempeño en diferentes áreas de estudio.

Aulas Virtuales de cada Unidad Curricular: se organizan de acuerdo a los siguientes contenidos y recursos mínimos:

- Material y recursos didácticos obligatorios y complementarios (textos, videos, imágenes, infografías, etc.) elaborado por los docentes contenidistas.
- Material bibliográfico obligatorio y complementario (libros, artículos, páginas web, blogs, otros).
- Materiales y recursos didácticos complementarios y/o ampliatorios (textos, audiovisuales, etc.) disponibles en la web y seleccionado por los docentes tutores con una intención educativa.
- Asignación de actividades obligatorias. Por ejemplo:
 - Resolución y presentación en plataforma de guías didácticas de actividades que orientan y apoyan el aprendizaje. Estos trabajos proponen diferentes tipos de actividades: preguntas tendientes al análisis de casos, simulaciones, resolución de problemas, desarrollo de propuestas, etc.
 - Resolución de actividades en grupos de trabajo colaborativo utilizando la aplicación Google Drive.
 - Participación en foros de reflexión y discusión.
 - Participación en la construcción de glosarios y/o wikis.
 - Participación de los foros de debate y discusión.
 - Lectura y/o visualización de los materiales y recursos didácticos.

- Confección de portfolios.
- Asignación de actividades optativas. Por ejemplo:
 - Participación en foros de consulta o de intercambio sobre los temas que se van desarrollando.
 - Resolución de autoevaluaciones (cuestionarios estructurados).
 - Lectura del material complementario y acceso a links de interés optativos.
 - Participación en encuentros virtuales sincrónicos de consulta a través de Meet, YouTube, otros.

Aulas Virtuales de Tutorías: se propone la creación de una EVA para el acompañamiento a los estudiantes, que potencie estrategias para garantizar el seguimiento efectivo de las trayectorias, dando respuesta a las necesidades (tanto individuales como grupales) que pueden surgir en cuanto a la interpretación de los contenidos, el momento y la forma adecuados para la realización de actividades, ejercicios o autoevaluaciones, así como a cuestiones de índole administrativa u organizativa. Esta EVA incluirá:

- Secciones de comunicación e información.
- Herramientas de comunicación asincrónica: foros de consulta, intercambio y reflexiones. Comunicación de novedades a través de correo electrónico y/o mensajería interna.
- Herramientas de comunicación sincrónica (conversaciones por las salas de chat de la plataforma, videollamadas (Meet, otras), transmisiones por YouTube, entre los estudiantes y los tutores.

Descripción de los sistemas tecnológicos para la gestión académica y administrativa.

Los sistemas tecnológicos para la gestión académica y administrativa que se emplean hasta el momento en la institución, están conformados por herramientas/aplicaciones/programas como GEM/GEI y otras incluidas en el servicio de alojamiento y sincronización de archivos que ofrece DRIVE (formularios, planillas de cálculo y hojas) que posibilitan la inscripción/matriculación, registro de calificaciones y asistencia, listas de cotejo digital para el monitoreo y acompañamientos de aulas virtuales, entre otros. La herramienta de Noticias y Mensajería interna de la Plataforma Educativa es también utilizada para la comunicación oficial institucional.

A partir del ciclo lectivo 2025, se implementa el Sistema de Gestión Académica (SIG) que permite la digitalización de trayectorias académicas de los estudiantes, inscripción al sistema, a unidades curriculares y mesas examinadoras.

VII. EQUIPO DIRECTIVO Y DOCENTE

- Perfiles docentes:

o Cuadro 1: Perfiles docentes requeridos según figura descripta

Figura	Perfil docente requerido	Carga horaria estipulada	Nombre y apellido de docente designado
Equipo de gestión académica			
Directora de Nivel	Prof./Lic. con postitulación en gestión directiva o académica de las instituciones y formación en educación a distancia, entornos virtuales de aprendizaje y/o competencias digitales.	Según corresponda al cargo y de acuerdo a la normativa vigente.	A designar
Regente de estudios			A designar
Coordinador Académico		Mínimo de 10 (diez) horas reloj semanales.	A designar
Facilitador referente de EVA	Prof./Lic. en Informática o áreas afines. Ing. en Sistemas, en Electrónica, Analista de Sistemas, con posgrado en áreas relacionadas con sistemas digitales formación en educación a distancia, entornos virtuales de aprendizaje y/o competencias digitales.	Mínimo de 10 (diez) horas reloj semanales.	A designar
Administrador de plataformas y redes	Prof./Lic. en Informática o áreas afines. Ing. en Sistemas, en Electrónica, Analista de Sistemas, con posgrado	Mínimo de 10 (diez) horas reloj semanales.	A designar

	en áreas relacionadas con sistemas digitales, telecomunicaciones y redes.		
Personal de apoyo administrativo	Prof./Lic. con formación en educación a distancia, entornos virtuales de aprendizaje y/o competencias digitales.	Mínimo de 10 (diez) horas reloj semanales.	A designar
Tutor tecnopedagógico de apoyo y desarrollo académico	Prof./Lic. con formación en educación a distancia, entornos virtuales de aprendizaje y/o competencias digitales.	Mínimo de 8 (ocho) horas reloj semanales	A designar
Docente Tutor	Prof./Lic. especialista en las diversas disciplinas del perfil profesional, con formación en educación a distancia, entornos virtuales de aprendizaje y/o competencias digitales.	Según carga horaria de cada unidad curricular.	A designar

o Cuadro 2: Perfiles docentes requeridos por espacio curricular a cargo, carga horaria semanal y total que cumple, figura.

● **Postulaciones requeridas para TODOS LOS PERFILES:**

- Formación en Educación a Distancia, entornos virtuales de aprendizaje y/o competencias digitales (excluyente).
- Formación posterior vinculada con el objeto del conocimiento para todas las unidades curriculares.

#	Espacio curricular	Perfil docente requerido	Carga horaria docente estipulada	Figura	Nombre y apellido del docente designado
---	--------------------	--------------------------	----------------------------------	--------	---

			(Total en Hs. Reloj)		
1	Alfabetización Académica	Prof./Lic. en Lengua y Literatura, Comunicación Social, Periodismo, Letras, o áreas afines.	3 semanales 45 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
2	Introducción a la gestión de contenidos digitales	Prof./Lic. en Comunicación Social, Marketing Digital, Periodismo, Diseño Web, o profesionales en áreas afines.	3 semanales 45 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
3	Tecnologías Digitales Multimediales	Prof./Lic. en Informática o áreas afines. Ing. en Sistemas, en Electrónica, Analista de Sistemas.	3 semanales 45 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
4	Teorías y enfoques de la Comunicación	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo, o profesionales en áreas afines.	3 semanales 45 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
5	Procesos Culturales Digitales	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo, o profesionales en áreas afines. Prof./Lic. en Cs. Sociales, Historia o afines.	3 semanales 45 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar

6	Cultura y expresiones artísticas en la era de la convergencia digital	Prof./Lic. en Arte o áreas afines. Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo, o profesionales en áreas afines.	3 semanales 45 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
7	Inglés Técnico II	Prof./Lic. en Inglés.	3 semanales 90 anuales	Docente - Tutor	A designar
8	Práctica Profesionalizante I	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo o profesionales en áreas afines.	4 semanales 120 anuales	Docente - Tutor	A designar
9	Comprensión y Producción de Textos Periodísticos	Prof./Lic. en Lengua y Literatura, Comunicación Social, Periodismo, Letras, o áreas afines.	3 semanales 45 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
10	Narrativas y Audiencias Transmediales	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo o profesionales en áreas afines.	3 semanales 45 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
11	Planificación y Gestión de Medios Digitales	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo o profesionales en áreas afines.	4 semanales 60 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
12	Lenguaje Digital y Redes Sociales	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo o profesionales en áreas afines.	3 semanales 45 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar

13	Periodismo Digital	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo, o profesionales en áreas afines.	4 semanales 60 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
14	Periodismo de Datos	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo, o profesionales en áreas afines.	4 semanales 60 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
15	Práctica Profesionalizante II	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo, Locutor Nacional o profesionales en áreas afines.	5 semanales 150 anuales	Docente - Tutor	A designar
16	Marketing Digital Integral: Social Media, Publicidad y Propaganda	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo, Locutor Nacional, Marketing o profesionales en áreas afines.	4 semanales 60 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
17	Ciudadanía Digital Responsable: Ética, Derecho y Seguridad en la Red	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo, Locutor Nacional o profesionales en áreas afines. Abogado. Prof. de Nivel Superior con postitulación en el objeto de conocimiento.	4 semanales 60 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
18	Taller de producción y edición de contenidos y narrativas gráficas	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo, Diseño Gráfico o profesionales en áreas afines.	4 semanales 60 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar

19	Taller de producción y edición de contenidos y narrativas audiovisuales	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo, Diseño Gráfico o profesionales en áreas afines.	4 semanales 60 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar
20	Práctica Profesionalizante III	Prof./Lic. en Comunicación Social, Periodismo, Locutor Nacional o profesionales en áreas afines.	8 semanales 120 cuatrimestrales	Docente - Tutor	A designar

VIII. REGLAMENTO ACADÉMICO

a. Condiciones de ingreso

Perfil de los destinatarios: podrán ingresar a la carrera todas las personas interesadas que cumplan con los requisitos de ingreso y admisión.

Requisitos de admisión de los estudiantes: Haber aprobado el Nivel Secundario/Medio o bien ser mayor de 25 años, según lo establecido en el Art. 7° de la Ley de Educación Superior Nro. 24.521 y cumplimentar lo establecido para las carreras a distancia por la Institución y la Jurisdicción

Ingreso de los estudiantes: los aspirantes a la carrera podrán omitir la asistencia al proceso de nivelación, si así lo decidieran, pero deberán rendir un examen de competencias propuesto por el instituto (Curso introductorio al aprendizaje en entornos virtuales).

b. Régimen de Evaluación de Aprendizajes

El régimen de evaluación, promoción y acreditación depende de las particularidades de cada unidad curricular y su formato. Además de lo previsto como obligaciones académicas de los estudiantes, a modo general, se propone:

Los espacios curriculares bajo el formato **Seminario**, tienen por finalidad profundizar el estudio de problemáticas relevantes de la profesión. El seminario

posibilita la construcción de un pensamiento práctico, posicionado en una realidad situada y concreta de la disciplina o área de conocimiento.

La evaluación de proceso, necesita de la sistematización de dicho proceso en un trabajo final, individual o grupal, en el que se evidencie la información relevada en relación con los problemas, los resultados obtenidos, las hipótesis confirmadas, las conclusiones, etc. Pueden incluirse variadas prácticas, como coloquios grupales o debates en torno a temas o problemas que van trabajándose en las actividades. Dicha sistematización, se tiene que presentar mediante un coloquio, que podrá tomar la forma asincrónica a través de la presentación de un video, la participación en un foro, por ejemplo, en el que puedan mostrar los resultados obtenidos del ejercicio de investigación y las reflexiones metacognitivas sobre el proceso desarrollado.

La acreditación del seminario, se realiza en los turnos de mesa de examen correspondiente, de acuerdo a la normativa vigente.

Corresponden a este formato:

- 2 - Introducción a la gestión de contenidos digitales
- 4 - Teorías y enfoques de la Comunicación
- 5 - Procesos Culturales Digitales
- 6 - Cultura y expresiones artísticas en la era de la convergencia digital
- 10 - Narrativas y Audiencias Transmediales
- 11 - Planificación y Gestión de Medios Digitales
- 13 - Periodismo Digital
- 14 - Periodismo de Datos
- 17 - Ciudadanía Digital Responsable: Ética, Derecho y Seguridad en la Red

Los espacios curriculares bajo el formato **Taller**, se centran en la articulación de las teorías con las prácticas, organizado desde el hacer y el saber hacer. Propicia la metacognición y la autogestión académica.

La evaluación de proceso, requiere la presentación de un producto final que se ha ido elaborando durante el cursado. Pueden considerarse tanto la elaboración como la defensa de proyectos; diseño de propuestas, contenidos y narrativas de comunicación digital; recursos para la gestión de redes sociales y plataformas; entre otros. La defensa oral debe centrarse en la identificación de los saberes involucrados en la elaboración, la participación, la argumentación, la discusión de puntos de vista y la metacognición sobre el proceso realizado. Podrá tomar la

forma asincrónica a través de la presentación de un video, la participación en un foro; o sincrónica, por videollamada o presentación en plataformas como YouTube.

La acreditación del taller, admite la posibilidad de acreditación directa o promocionalidad.

- Si el estudiante ha aprobado el proceso y el trabajo final del taller, pero ha reprobado o no ha efectuado la defensa del trabajo final o posee algún espacio correlativo pendiente de aprobación, deberá acreditar el espacio en el circuito de mesas de examen.

- Si el estudiante no aprueba el proceso, deberá recurrir el taller.

Corresponden a este formato:

1 - Alfabetización académica

3 - Tecnologías Digitales Multimediales

7 - Inglés Técnico

9 - Comprensión y Producción de Textos Periodísticos

12 - Lenguaje digital y redes sociales

16 - Marketing Digital Integral: Social Media, Publicidad y Propaganda

18 - Taller de diseño y edición de contenidos y narrativas gráficas

19 - Taller de diseño y edición de contenidos y narrativas audiovisuales

La **Práctica Profesionalizante**, es un formato destinado a posibilitar la integración y contrastación de los saberes construidos en el resto de campos de formación, para garantizar la articulación entre la teoría y la práctica en los procesos formativos a través del acercamiento de los estudiantes a situaciones reales de trabajo.

Es importante complementar la evaluación de los procesos en el ámbito de la práctica, con la producción reflexiva de un informe, proyecto o portafolio que sistematice las experiencias realizadas.

La acreditación final depende de las intencionalidades determinadas en cada caso, de acuerdo al nivel de complejidad y gradualidad de los requerimientos que propone la adquisición de competencias profesionales.

Se debe incorporar la defensa oral de las producciones en un coloquio final presencial sincrónico. El régimen particular de las Prácticas Profesionalizantes se encuentra especificado en el punto 4.8-e.

Corresponden a este formato:

8 - Práctica Profesionalizante I

15 - Práctica Profesionalizante II

20 - Práctica Profesionalizante III

c. Desarrollo de las Prácticas Profesionalizantes:

Se entiende por **Prácticas Profesionalizantes (PP)** aquellas *estrategias y actividades formativas que, como parte de la propuesta curricular, tienen como propósito que los estudiantes consoliden, integren y/o amplíen las capacidades y saberes que se corresponden con el perfil profesional en el que se están formando* (Res. 295-CFE-16/Anexo I). El campo de la PP está destinado a posibilitar la integración y contrastación de los saberes construidos en el resto de campos de formación, para garantizar la articulación entre la teoría y la práctica en los procesos formativos a través del acercamiento de los estudiantes a situaciones reales de trabajo.

Actividades obligatorias de los estudiantes en los espacios de las prácticas profesionalizantes:

- Observación, investigación, intervención, producción de simulaciones en las fechas establecidas por los docentes tutores.
- Confección de un portfolio electrónico que será de insumo para el desarrollo de los informes de PP.
- Presentación en tiempo y forma de los informes solicitados por el docente-tutor de PP.
- Resolución de las actividades virtuales de acompañamiento y fortalecimiento de las PP en el aula virtual.
- Presentación de la defensa oral final del producto elaborado, según corresponda a cada año.

Entornos formativos: aulas virtuales, plataformas y medios digitales.

Se contempla la posibilidad de construir **laboratorios virtuales** para la realización de actividades específicas de las PP, donde los estudiantes puedan simular entornos y herramientas digitales, y practicar y experimentar en un ambiente

controlado y seguro. Algunas áreas para las que los laboratorios virtuales serían contruidos:

- Simulación de estudios de grabación y edición, prácticas con software de edición de audio y video, simulando entornos de grabación profesional (ejercicios de montaje, mezcla de audio, edición de video y creación de efectos especiales). Permitiría practicar la producción y la transmisión en directo de diferentes formatos radiofónicos, paisajes sonoros, podcasts, etc.
- Laboratorio de diseño gráfico virtual, uso de softwares de diseño (Adobe Photoshop, Illustrator, etc.) para crear contenidos visuales para diferentes plataformas digitales.
- Gestión de redes sociales y comunidades online: simulación de plataformas de redes sociales, gestión de perfiles, la creación de contenido para diferentes redes y el análisis de métricas.

Las PP abarcan experiencias que constituyen un primer acercamiento y **vinculación con el mundo laboral**. En esta Tecnicatura, es necesario repensar las lógicas de esta vinculación, ya que el entorno socio productivo de referencia se caracteriza por su complejidad, heterogeneidad y constante transformación. Es por ello que se propone una organización que contempla tanto la integración de los estudiantes en empresas, organismos, plataformas y/o medios digitales, como la práctica autogestionada. En este sentido, se planifican las PP desde los criterios de progresión, flexibilidad y adaptabilidad: los espacios curriculares de PP avanzan en complejidad dentro del diseño curricular, desde la observación hasta la intervención y ejecución de proyectos. Esto permite a los estudiantes adaptarse gradualmente al entorno laboral, y a las empresas, cuando participen, ajustar sus demandas, facilitando posibilidades de inserción a través de convenios marco con diversos tipos de empresas y organismos (medios, agencias, plataformas, instituciones públicas, etc.); o ampliar las opciones para los estudiantes en el desarrollo de proyectos autogestionados.

Otro criterio a aplicar, es la adaptación a la convergencia digital: asegurar que las PP incluyan experiencias en diversas áreas de la comunicación digital convergente (redes sociales, producción audiovisual, periodismo de datos, etc.), prepara a los estudiantes para un contexto laboral en constante evolución, a través de una diversificación de experiencias. Es crucial considerar la naturaleza dinámica y multifacética de este campo. Algunas áreas de intervención son:

- Gestión de redes sociales y comunidades en línea.
- Producción y edición de contenidos audiovisuales para plataformas digitales.
- Creación y gestión de contenidos para sitios web y blogs.

- Análisis de datos y métricas de comunicación digital.
- Desarrollo de estrategias de comunicación digital integrada.
- Proyectos transmediales que abarquen múltiples plataformas, audiencias y formatos.
- Proyectos de innovación y desarrollo de nuevas soluciones de comunicación digital.
- Experimentación y exploración de nuevas tecnologías y formatos para el desarrollo de sus propias ideas y proyectos.

IX. DESCRIPCIÓN DEL DISPOSITIVO PREVISTO PARA EL MONITOREO Y EVALUACIÓN

El ISFDyT 9-0003 Normal Superior, entiende a la evaluación institucional como una herramienta que enriquece el funcionamiento y organización del instituto porque posibilita la reflexión permanente sobre las propias prácticas educativas y orienta la toma de decisiones.

El dispositivo de monitoreo y evaluación de la propuesta curricular de la Tecnicatura Superior en Comunicación Digital Convergente se concibe como un proceso continuo, sistemático y participativo, orientado a recopilar, analizar e interpretar información relevante sobre su implementación, desarrollo y resultados. Su objetivo principal es garantizar la calidad, pertinencia y efectividad del plan de estudios, permitiendo la identificación de fortalezas, debilidades y áreas de mejora para su optimización constante.

El dispositivo se articulará en torno a una metodología mixta, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos para obtener una visión integral de la propuesta.

Se implementarán diversas instancias y herramientas de recolección de datos, dirigidas a los diferentes actores involucrados en el proceso formativo:

Monitoreo continuo de los procesos:

Seguimiento del desarrollo de las unidades curriculares: revisión periódica de los planes de trabajo y metodologías implementadas, la utilización de los recursos virtuales disponibles, el cumplimiento de los tiempos, etc.

Observación de las dinámicas de las aulas virtuales: registro sistemático de la participación de los estudiantes, las interacciones con sus tutores, el clima de aprendizaje, etc.

Análisis de las producciones: revisión de actividades, tareas, proyectos, exámenes y otras evidencias del aprendizaje para identificar niveles de desempeño, dificultades recurrentes y logros alcanzados.

Recopilación de datos de uso de la plataforma virtual: seguimiento de la frecuencia y tipo de acceso a los recursos, la participación en foros y actividades, y la interacción con las herramientas de comunicación.

Evaluación periódica de resultados e impacto:

Encuestas de satisfacción a estudiantes: recolección de la percepción de los estudiantes sobre la calidad de la enseñanza, la pertinencia de los contenidos, la efectividad de las metodologías, la claridad de la evaluación y el acompañamiento en relación a los distintos espacios curriculares.

Encuestas a docentes: recolección de observaciones de los docentes sobre la adecuación del plan de estudios, la carga de trabajo, los recursos disponibles, las estrategias de enseñanza y evaluación implementadas, y las necesidades de formación.

Entrevistas semiestructuradas a la comunidad educativa en general: sistematización de datos sobre las experiencias, opiniones, desafíos y sugerencias sobre aspectos específicos de la propuesta curricular y su impacto en el ámbito laboral.

Análisis del rendimiento académico: seguimiento de indicadores como tasas de aprobación, deserción, promoción y egreso, así como el desempeño en evaluaciones finales, proyectos integradores y portfolios de las prácticas profesionalizantes.

Evaluación de competencias profesionales: implementación de instrumentos específicos (rúbricas, entrevistas, simulaciones) para evaluar el desarrollo de las competencias definidas en el perfil del egresado.

Seguimiento de egresados: recopilación de información sobre su inserción laboral, su desempeño profesional y la pertinencia de la formación recibida en relación con las demandas del sector.

Análisis documental: revisión de informes, actas, planes de mejora y otros documentos relevantes para el seguimiento de la propuesta curricular.

Presentación de resultados:

Los resultados del monitoreo y la evaluación serán sistematizados y presentados de manera clara, accesible y oportuna a los diferentes actores involucrados:

Informes periódicos de avance y resultados parciales para la Coordinación Académica, el equipo docente y las autoridades de la institución. Estos informes incluirán datos cuantitativos (estadísticas, gráficos) y cualitativos (citas textuales, análisis temáticos) relevantes.

Reuniones de socialización y análisis con el equipo docente y la Coordinación Académica para discutir los resultados, identificar problemáticas y fortalezas, analizar las causas de los mismos y proponer acciones de mejora.

Informes finales del ciclo académico o etapas significativas de la implementación, que sintetizen los principales resultados, las conclusiones y las recomendaciones para la revisión y actualización de la propuesta curricular.

Presentación de resúmenes ejecutivos a las autoridades que lo requieran para informar sobre el desarrollo y los resultados de la implementación de la tecnicatura.

Mecanismos de retroalimentación con la comunidad educativa sobre los resultados generales de la evaluación y las acciones de mejora implementadas en respuesta a sus aportes.

X. SEDE

- Dirección: Barcala N° 14
- Localidad: San Rafael
- Provincia: Mendoza
- Código Postal: 5600
- N° de CUE: 5001326
- Dirección web: <https://ens9003-inf.d.mendoza.edu.ar>