

## IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN

### ANTECEDENTES GENERALES

---

Nombre de la asignatura:	Identidad y Comunicación
Código:	DID416
Carácter de la asignatura:	Obligatoria
Duración:	1 semestre
Pre-requisitos:	No tiene
Co-requisitos:	No tiene
Número de módulos por semanas:	2 módulos = 4 horas académicas
Horas académicas de clases teóricas por período:	68
Horas académicas de ayudantía por período:	0
Horas académicas de clases prácticas por período:	0
Créditos:	08 créditos
Ubicación dentro del plan de estudio:	7° semestre
Ciclo al que pertenece:	Licenciatura
Línea disciplinar:	Línea Teoría y Gestión

### COMPETENCIAS\*

#### COMPETENCIAS GENÉRICAS

**Comunicación:** Conjunto de habilidades, conceptos y actitudes, orientados a transmitir mensajes frente a una audiencia; expresando ideas tanto en forma oral como escrita de un modo claro, preciso y asertivo. Implica participar de procesos de diálogo, comprendiendo la riqueza de las distintas opiniones y valorando el discurso con fundamento.

#### COMPETENCIAS TRANSVERSALES

**Persuasión:** Capacidad de organizar el discurso propio de forma estratégica logrando ser escuchado y respetado por el entorno, comunicando así el mensaje de manera que a la audiencia le parezca relevante su contenido y en consecuencia, éste lo mueva a la acción.

#### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

**Pensamiento estratégico:** El alumno demuestra habilidad para proyectar, contextualizar y planificar su trabajo académico. Anticipa posibles dificultades y oportunidades de mejora; evalúa metas y recursos para alcanzarlas. Se autorregula, en distintos momentos del trabajo académico, cuestión que permite aprender del error personal y del de otros.

**Incorporación de herramientas tecnológicas y procesos de producción:** El alumno demuestra actualización constante respecto de las herramientas tecnológicas y los procesos productivos propios del diseño; comprende su aplicabilidad, la necesidad de evaluar costos y beneficios y la importancia de la rigurosidad en la ejecución. Es capaz de adaptarse a las demandas, buscando constantemente herramientas tecnológicas que favorezcan la optimización y sustentabilidad de sus propuestas.

\*Para mayor información sobre las competencias, consultar el Modelo Educativo de Diseño UDD.

## **INTENCIONES DEL CURSO:**

---

Este curso introducirá al estudiante de Diseño Digital en el conocimiento del proceso de la comunicación estratégica y el desarrollo de marca con fuerte presencia en la Red. Para ello le dará bases teóricas que permitirán al alumno conocer los elementos que intervienen en la creación de marca y el diseño de un plan de comunicación, así como algunas de las herramientas disponibles que le permitirán integrar esta disciplina a sus labores.

En particular, el curso de Identidad y Comunicación prepara a los estudiantes de Diseño Digital para que desarrollen competencias analíticas y prácticas que les permitan planificar comunicaciones efectivas a través de la aplicación de herramientas propias de su profesión. Incluye la comprensión de las oportunidades de comunicación, análisis de las audiencias, diseño de mensajes, interpretación de estrategias globales y la presentación de proyectos que integren diseño y comunicación, particularmente sobre plataformas y medios digitales en Internet.

## **OBJETIVOS DEL CURSO**

---

### **A NIVEL CONCEPTUAL**

- Los alumnos conocerán los elementos de análisis para los diferentes procesos de comunicación, con especial atención en el fenómeno de la interacción social y de las tecnologías de la información y la comunicación.
- El estudiante conocerá los componentes principales del proceso de planificación y diseño de un plan de comunicación.
- El alumno conocerá criterios que intervienen en el proceso de diseño, implementación y evaluación de un plan o programa de comunicación.

### **A NIVEL PROCEDIMENTAL**

- El alumno integrará las habilidades y los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera para abordar problemáticas comunicacionales.
- El estudiante desarrollará habilidades básicas en el proceso de planificación y gestión de estrategias de comunicación que persiguen el logro de objetivos específicos.
- El alumno será capaz de integrar los atributos de identidad corporativa (filosofía, valores, misión, visión, orientaciones estratégicas, cultura) a su trabajo como diseñador.

### **A NIVEL ACTITUDINAL**

- El estudiante se orientará a la búsqueda de resultados en cuanto al cumplimiento de plazos y metas concretas en temas de comunicación.
- Los alumnos valorarán las habilidades comunicativas y expresivas y estarán en disposición a desarrollarlas.

## CONTENIDOS DEL CURSO

---

### CONTENIDOS DECLARATIVOS, CONCEPTUALES O VERBALES

#### 1 DISEÑO Y COMUNICACIÓN

- 1.1 Rol del diseño en un plan de comunicación
- 1.2 El Plan de comunicación
- 1.3 Elementos del Plan de comunicación

#### 2 PUBLICIDAD EN LA RED

- 2.1 Publicidad 2.0: nuevas amenazas y oportunidades.
- 2.2 Campañas y Viralidad
- 2.3 Desarrollo de contenidos colaborativos

#### 3 LOS WEB 2.0 Y LOS “NUEVOS MEDIOS”

- 3.1 Principios de la Web 2.0
- 3.2 Cuál es la marca que dejamos en la Web (internet wayback machine)
- 3.3 La Web Social
- 3.4 Qué estoy haciendo, qué me interesa, quién soy, quiénes me acompañan
- 3.5 De Medios a Plataformas (Blogs, Webs, PodCast, Twitter, nuevos canales donde hacer marca)
- 3.6 Integración de servicios (API, widgets, mashups y otras aplicaciones)

#### 4 LA WEB Y EL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

- 4.1 Estándares: la mejor forma de asegurar “existencia” en la red
- 4.2 La Web semántica y la importancia del diseño de la información
- 4.3 SEO y técnicas para “hablar” con los Buscadores
- 4.4 ¿Cómo escribir en la Web?

### METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA:

---

El desarrollo de las competencias definidas para esta asignatura puede lograrse mediante la implementación de diversas estrategias o metodologías de enseñanza, pudiendo resultar efectiva más de una para un mismo objetivo o contenido. Por ello la carrera de Diseño UDD ha optado por sugerir a sus docentes un conjunto de 14 metodologías de enseñanza\* que ofrecen una amplia gama de posibilidades para promover aprendizajes efectivos y relevantes en los estudiantes. Cada profesor podrá elegir las que estime más adecuadas a los requerimientos del curso. No obstante se sugiere combinar varias para imprimir mayor dinamismo a la clase.

- Explicitación de contenidos
- Actividad focal introductoria
- Exposición de contenidos
- Uso de imágenes
- Uso de muestrarios y catálogos
- Discusión guiada
- Aprendizaje colaborativo
- Análisis de casos
- Investigación e investigación guiada
- Ejercicios prácticos e instrucción asistida
- Aprendizaje por proyectos
- Salidas a terreno
- Portafolio o Book
- Bitácora o croquera

\*Para mayor información sobre estas metodologías, consultar el Modelo Educativo de Diseño UDD.

## EVALUACIÓN

---

Durante el desarrollo de este curso se podrán efectuar variados y diferentes tipos de evaluaciones, tanto calificadas como formativas, orientadas a verificar la presencia en el alumno de las competencias establecidas en este programa, sus logros y aprendizajes. Los diferentes tipos de evaluaciones sugeridas, son:

- Evaluaciones formativas clase a clase
- Evaluaciones calificadas individuales y grupales
- Auto-evaluaciones
- Co-evaluaciones

### **Evaluaciones sumativas:**

Durante el semestre, y en las fechas establecidas por el calendario académico de la Facultad, se desarrollarán 2 evaluaciones denominadas sumativas, que comprenderán parte significativa de los contenidos, debiendo ser informadas a los alumnos en la calendarización de la asignatura. Estas evaluaciones deberán tener igual ponderación, entre 25% y 30% de la Nota de Presentación a Examen.

### **Evaluaciones parciales:**

Además de las evaluaciones sumativas, existirán al menos 2 evaluaciones parciales calificadas durante el semestre. La ponderación de una evaluación parcial no podrá ser nunca igual ni superior a la ponderación de una evaluación sumativa.

Las ponderaciones de las evaluaciones parciales y sumativas deberán sumar un 100%, correspondiente a la Nota de Presentación a examen. Esta a su vez equivaldrá al **70% de la nota final** del ramo.

### **Examen Final:**

Existirá también un examen final de la asignatura, con una ponderación del **30% de la nota total del curso**. La fecha de esta evaluación será establecida por el Calendario Académico de la facultad de forma semestral.

A criterio de la Facultad de Diseño, se podrán establecer comisiones revisoras para calificar el examen final. En dicho caso, las calificaciones emitidas por estas comisiones equivaldrán al 70% de la nota del examen y el 30% restante será determinado por el o los profesores del curso.

## BIBLIOGRAFÍA

---

### BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

Mattelart, Armand

**Historia de las teorías de la comunicación.** -- Barcelona (España) : Paidós, 2005.

Otero, Edison

**Manual de introducción a la teoría de la comunicación social.** -- Santiago (Chile) : Corporación de Promoción Universitaria, 1990.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Colli, Stefano

**Espacio-identidad-empresa : arquitectura efímera y eventos corporativos = Space-identity-company : ephemeral architecture and corporate events.** -- Barcelona (España) : Gustavo Gili, 2003.

Luhmann, Niklas

**Introducción a la Teoría de sistemas.** -- México (México) : Universidad Iberoamericana, 1996.

Watzlawick, Paul

**Teoría de la comunicación humana : Interacciones, patologías y paradojas.** -- [s.l.] : Herder, 1995.