

**PROGRAMA DE ASIGNATURA  
CREACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES**

**A. Antecedentes Generales**

<b>1. Unidad Académica</b>	VICERRECTORÍA DE PREGRADO					
<b>2. Carrera</b>	TRACK CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN					
<b>3. Código</b>	TRC172					
<b>4. Ubicación en la malla</b>	BACHILLERATO/LICENCIATURA					
<b>5. Créditos</b>	8					
<b>6. Tipo de asignatura</b>	Obligatorio		Electivo	X	Optativo	
<b>7. Duración</b>	Bimestral		Semestral	X	Anual	
<b>8. Módulos semanales</b>	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas		Ayudantía	
<b>9. Horas académicas</b>	Clases	68	Ayudantía			
<b>10. Pre-requisito</b>	No tiene					

**B. Aporte al Perfil de Egreso**

Teniendo en consideración los cambios en el entorno laboral, principalmente aquellos que tienen que ver con el ambiente global, la diversidad y la mirada interdisciplinaria, la Universidad del Desarrollo se ha propuesto formar a sus estudiantes a través de un Proyecto Educativo que, junto con entregar una sólida formación disciplinar y en coherencia con las necesidades del mundo del trabajo, desarrolle en los estudiantes nuevas habilidades, competencias y conocimientos que les permitan enfrentar con éxito el escenario profesional que les espera al término de su formación de pregrado. En este contexto surgen los cursos Track o vías temáticas cuyo objetivo es contribuir, a través de la formación extradisciplinaria del estudiante, a que éste participe de experiencias de aprendizaje más enriquecedoras que los preparen para un mundo laboral cambiante.

El curso Creación de Contenidos Digitales forma parte del Track Ciencia, Tecnología e Innovación y pretende explorar las distintas posibilidades de generación de contenido en el ecosistema digital. De esta manera, el estudiante comprenderá las distintas metodologías tanto de investigación, generación y seguimiento de contenido digital. Entenderá los procesos necesarios para analizar una audiencia, competencias y tendencias culturales o de la industria. Así, por medio de distintas plataformas y software el estudiante experimentará la tecnología involucrada.

El curso tributa de esta forma, a las siguientes competencias genéricas UDD Futuro de; Visión Analítica y Autonomía.

### C. Competencias y Resultados de Aprendizaje Generales que desarrolla la asignatura

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
<p>Visión Analítica</p> <p>Autonomía</p>	<p>Aplica las diferentes etapas que comprende la generación de contenido digital.</p> <p>Organiza de manera adecuada los requerimientos necesarios en la generación de contenido clasificando las distintas etapas de desarrollo como de asignación de roles y tiempos de trabajo en un equipo.</p> <p>Utiliza de forma adecuada las plataformas disponibles para generación de contenido, determinando las mejores opciones según eficacia y rendimiento,</p> <p>Aplica distintas herramientas para seguimiento y medición del impacto del contenido generado.</p>

### D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
<p>Unidad I: Introducción a la creación digital</p> <p>Plataformas y herramientas</p> <p>Estrategia Métricas digitales</p>	<p>Autonomía</p> <p>Visión Analítica</p>	<p>Reconoce las distintas plataformas y herramientas, en ambientes digitales, por medio de ejercicios prácticos</p> <p>Distingue los diferentes usos de plataformas y como se relaciona con la estrategia, a través de ejercicios prácticos.</p> <p>Evalúa resultados en el uso de métricas digitales aplicadas.</p>

<p>Unidad II: Fenómenos digitales</p> <p>Fenómenos culturales Audiencia objetivo</p>	<p>Visión Analítica</p> <p>Autonomía</p>	<p>Identifica los principales fenómenos digitales que afectan las tendencias culturales, mediante el estudio de casos.</p> <p>Analiza el impacto de las estrategias digitales en la audiencia, a través de APP.</p>
<p>Unidad III: Generación de Contenido</p> <p>Desarrollo de contenido digital</p>	<p>Autonomía</p> <p>Visión Analítica</p>	<p>Planifica metas y objetivos en una estrategia digital en función de la audiencia identificada.</p> <p>Aplica contenido en una variedad de formatos que apoyen la correcta entrega de la información incrementando conversiones.</p> <p>Analiza las mejores prácticas en manejo, planificación y automatización para incrementar 'engagement'.</p>

### E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza incluirá el desarrollo de trabajos prácticos y el fomento de la participación en clases. El estudiante, analizará problemáticas donde podrá aplicar los conocimientos conceptuales adquiridos. El curso se estructura en base a diversas metodologías, que incluye:

- Clases teóricas de carácter activo participativas
- Aprendizaje por Proyecto
- Uso de imágenes y análisis formal
- Estudio de casos
- Ejercicio práctico

### F. Estrategias de Evaluación

El proceso de evaluación se llevará a cabo de la siguiente manera:

Se identificarán los conocimientos previos de los estudiantes mediante una evaluación diagnóstica. Se evaluará el desempeño del estudiante a través de la elaboración de distintos tipos de documentos o entregables como textos escritos, presentaciones orales, pruebas, propuestas formales audiovisuales y desarrollo de proyectos.

*Instancias de evaluación:*

- Se realizarán semanalmente controles de actualidad.
- Se realizarán controles evaluando el avance de los proyectos específicos desarrollados en la asignatura.
- Se realizarán certámenes como evaluación final de los procesos en cada proyecto.
- Se realizará un examen final. La fecha de esta evaluación será fijada por el Calendario Académico de la Universidad de forma semestral.

Requisito de Asistencia:

El curso contempla un requisito de asistencia obligatoria, lo que implica que se permitirá para todos los alumnos un máximo de 6 inasistencias, contabilizadas desde la finalización del proceso de Elimina-Agrega, que se señala en el calendario académico respectivo. El alumno que no cumpla con este requisito no tendrá derecho a rendir el Examen Final, según lo contempla el Reglamento Académico del Alumno Regular. En el caso de los alumnos que cursen la carrera de Derecho su inasistencia máxima será de 4 clases finalizado el proceso de Elimina – Agrega hasta la fecha establecida en el documento “Procedimiento de Justificaciones de Inasistencia en Cursos Track para alumnos de Derecho”.

**G. Recursos de Aprendizaje**

***Bibliografía Obligatoria:***

1. Lecinski, J. (2011). ZMOT Ganando el momento cero de la verdad. Google Inc.
2. Tascón, M. & Mar A. (2011). Twittergrafía: El arte de la nueva escritura. Madrid, Catarata.
3. Liberos E. (2013). El libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital. ESIC.
4. Zunzarren, Hugo & Gorospe, Bértol. (2012). Guía del Social Media Marketing. ESIC.
5. LeadsRocket. (2012). Guía Esencial Paso a Paso: Marketing Digital Integrado; LeadsRocket.
6. Editorial Elearning. (2010). Marketing Digital. Vértice.

***Bibliografía Complementaria:***

1. Coleman, S., & Freelon, Deen. (2015). Handbook of Digital Politics. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
2. Bruns, A., Burgess, J., & Mahrt, M. (2013). Twitter and Society. K. Weller, & C. Puschmann (Eds.). New York: Peter Lang.
3. Valenzuela, S. (2012). La protesta en la era de Facebook: Manifestaciones juveniles y uso de redes sociales en Chile 2009-2011. En A. Scherman (Ed.), Jóvenes, participación y medios 2011 (pp. 20-29), Santiago, Chile: Centro de Investigación y Publicaciones de la Facultad de Comunicación y Letras de la Universidad Diego Portales.