



ANEP



UTU

DIRECCIÓN GENERAL
DE EDUCACIÓN
TÉCNICO PROFESIONAL



DTGA

DIRECCIÓN
TÉCNICA DE GESTIÓN
ACADÉMICA



UNIDAD CURRICULAR RADIO

CARRERA: TECNICATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

OPCIÓN: TALLER DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA PERIODISTAS

MÓDULO 2

Modalidad: Presencial

Carga horaria semanal: 5 horas

Créditos educativos: 8



1. Propósito de la Unidad Curricular

La Unidad Curricular "Taller de Comunicación Digital para Periodistas" tiene como objetivo que los estudiantes dispongan de herramientas tecnológicas avanzadas para optimizar su presencia en medios digitales, mejorar la producción de contenido y aprender a utilizar estrategias de SEO para aumentar la visibilidad y el alcance de sus publicaciones. Los estudiantes desarrollarán competencias en la gestión de redes sociales, producción multimedia y combate de noticias falsas, utilizando las últimas técnicas digitales. Si bien en una unidad curricular de marketing digital, es fundamental que se coordine con las unidades curriculares de comunicación periodística para que el aprendizaje sea situado en el contexto de la carrera.

2. Resultados de Aprendizaje

1. Aplica estrategias avanzadas de SEO y optimización en redes sociales, gestionando contenido digital que maximice el alcance y la interacción.
2. Crea y gestiona contenido multimedia para plataformas digitales, integrando texto, imágenes, videos y gráficos interactivos de manera efectiva.
3. Gestiona crisis comunicacionales en medios digitales, aplicando técnicas de verificación de hechos y combatiendo la desinformación.

3. Saberes estructurantes

- 1. ESTRATEGIAS AVANZADAS DE SEO**
- 2. CONTENIDO MULTIMEDIA PARA PLATAFORMAS DIGITALES**
- 3. CRISIS COMUNICACIONALES EN MEDIOS DIGITALES**

4. Desglose Analítico de los saberes estructurantes

1. Estrategias avanzadas de SEO para redes sociales

- 1.1 Optimización de contenido y perfiles.
- 1.2 SEO en la redacción de titulares y descripciones
- 1.3 Segmentación de audiencias y análisis de métricas de alcance.
- 1.4 Perfiles profesionales en plataformas sociales: creación y optimización.

2. Contenido multimedia para plataformas digitales

- 2.1 Texto, imágenes, videos, gráficos interactivos.
- 2.2 Integración de multimedia con técnicas SEO.
- 2.3 Clickbait y hashtags: uso ético
- 2.4 Herramientas de edición de videos e imágenes.
- 2.5 Contenido multimedia para redes sociales.

3. Crisis comunicacionales en medios digitales

- 3.1 Identificación y combate de noticias falsas
- 3.2 Estrategias de difusión de desmentidos en redes sociales
- 3.3 SEO en la maximización de la información verificada
- 3.4 Simulación de crisis
- 3.5 Desinformación en medios digitales: gestión
- 3.6 Casos de manejo de crisis y verificación de noticias

5. Orientaciones pedagógicas

Para esta Unidad Curricular, se sugiere la siguiente metodología:

Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP): Los estudiantes desarrollarán proyectos prácticos donde crearán noticias y reportajes utilizando herramientas digitales, integrando texto, multimedia y técnicas SEO.

Laboratorios de Innovación Periodística: Se establecerán laboratorios donde los estudiantes experimentarán con tecnologías emergentes y estrategias digitales avanzadas.

Simulaciones de Crisis: Los estudiantes gestionan simulaciones de crisis y combaten la desinformación a través de la verificación de hechos, redactando desmentidos y aplicando técnicas SEO para mejorar la difusión de información verificada.

La evaluación se realizará mediante rúbricas y portafolios de evidencias, enfocándose en la producción de contenido digital, la optimización de perfiles en redes sociales y la gestión de crisis en medios digitales.

Las rúbricas son utilizadas como una herramienta fundamental para la evaluación y autoevaluación de los estudiantes. Establecen expectativas claras sobre el desempeño requerido, lo que asegura transparencia y permite a los estudiantes orientar su trabajo hacia los estándares esperados desde el inicio. Además, las rúbricas facilitan la reflexión metacognitiva, permitiendo a los estudiantes evaluar su propio progreso y reconocer áreas de mejora.

A modo de ejemplo:

Criterio	Sí (9-10)	Sí, pero... (7-8)	No, pero... (5-6)	A Revisión (1-4)
Optimización de Redes Sociales y SEO	Domina las plataformas y optimiza el alcance de manera efectiva utilizando SEO.	Buena optimización y SEO, pero con pequeños ajustes necesarios.	Esfuerzo básico en optimización y SEO, pero faltan ajustes significativos.	No optimiza adecuadamente ni aplica correctamente las estrategias SEO.
Producción de Contenidos Multimedia	Integra multimedia de manera creativa y efectiva en publicaciones aplicando técnicas SEO.	Buena integración y SEO, pero puede mejorar en cohesión y visibilidad.	Integración limitada y SEO básico, pero muestra esfuerzo en la creación multimedia.	No integra multimedia ni aplica SEO de manera efectiva.
Manejo de Crisis y Fake News	Gestiona de manera efectiva la verificación y combate de noticias falsas aplicando técnicas SEO.	Buena gestión, pero con algunos errores de verificación y uso de SEO.	Esfuerzo limitado en la gestión de crisis y SEO, pero muestra entendimiento básico.	No gestiona adecuadamente la crisis ni verifica ni aplica SEO correctamente.

Reflexión Metacognitiva	Reflexiona profundamente sobre su proceso de aprendizaje, SEO y aplicación en escenarios reales.	Reflexiona adecuadamente, con margen de mejora en la profundidad y uso de SEO.	Reflexión limitada, pero identifica algunas estrategias de mejora y SEO.	No refleja adecuadamente sobre su aprendizaje ni identifica estrategias de mejora.
--------------------------------	--	--	--	--

Los estudiantes deberán presentar un portafolio que incluya todos los trabajos realizados durante el semestre, con un enfoque en la producción de contenidos digitales, optimización SEO, y la gestión de redes sociales.

6. Bibliografía

Redondo, M. (2018). *Verificación digital para periodistas: Manual contra bulos y desinformación internacional*. Editorial UOC.