



ANEP



UTU

DIRECCIÓN GENERAL
DE EDUCACIÓN
TÉCNICO PROFESIONAL



DTGA

DIRECCIÓN
TÉCNICA DE GESTIÓN
ACADÉMICA



UNIDAD CURRICULAR ESPACIO INTEGRADOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA: TECNICATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MÓDULO 4

Modalidad: Presencial

Carga horaria semanal: 4 horas

Créditos educativos: 6



Departamento de Diseño y Desarrollo Curricular
Programa de Educación Terciaria

1. Propósito de la unidad curricular

El Espacio Integrador de Comunicación Social es el taller final que unifica las tres trayectorias educativas de periodismo, publicidad y relaciones públicas. Está diseñado para que los estudiantes produzcan contenidos y gestionen el multimedios de la Escuela Superior de Comunicación Social, aplicando todos los conocimientos adquiridos durante la carrera. A través de este espacio, los estudiantes trabajarán en la producción multimedia y la gestión de proyectos de comunicación, colaborando en equipos interdisciplinarios y reflexionando metacognitivamente sobre su evolución profesional.

Este taller permitirá que los estudiantes revaloricen su producción, gestionen campañas y proyectos de comunicación integral, y se adapten a las demandas del entorno mediático contemporáneo. Además, los estudiantes serán evaluados por un conjunto de tutores que supervisarán su desempeño en proyectos concretos, integrando periodismo, publicidad y RRPP en la creación de contenido multimedia.

2. Resultados de aprendizaje

1. Produce contenidos multimedia de alta calidad, para diferentes medios y plataformas, en el contexto del multimedios de la Escuela Superior de Comunicación Social.
2. Colabora en equipos interdisciplinarios, para gestionar y ejecutar proyectos de comunicación, en medios escritos, audiovisuales y digitales.
3. Planifica y gestiona campañas y proyectos de comunicación, para cumplir con los objetivos planteados, en el multimedios, considerando cronogramas, presupuestos y briefings.
4. Reflexiona metacognitivamente sobre su propio proceso de aprendizaje y producción, para mejorar su desempeño en la creación y gestión de proyectos de comunicación.

3. Saberes estructurantes

1. PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS MULTIMEDIA

2. COLABORACIÓN INTERDISCIPLINARIA EN LA GESTIÓN Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS

3. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN

4. REFLEXIÓN METACOGNITVA SOBRE EL PROCESO DE APRENDIZAJE Y PRODUCCIÓN.

4. Desglose analítico de los saberes estructurantes

1. Producción de contenidos multimedia para medios y plataformas

- **Saberes Asociados:**

- Herramientas de producción audiovisual, edición y diseño multimedia.
- Estrategias para la creación de contenidos periodísticos, publicitarios y corporativos.
- Técnicas de redacción para medios escritos, audiovisuales y digitales.
- Adaptación de contenidos a diferentes formatos y plataformas.

- **Saberes de Profundización:**

- Uso avanzado de software de edición de video, audio y diseño.
- Producción de campañas multimedia para redes sociales y plataformas digitales.
- Creación de contenidos transmedia y multiplataforma.
- Análisis de la efectividad de los contenidos multimedia creados.

2. Colaboración interdisciplinaria en la gestión y ejecución de proyectos

- **Saberes Asociados:**

- Dinámicas de trabajo colaborativo en equipos multidisciplinarios.
- Técnicas de comunicación interna y trabajo en equipo.
- Integración de distintas disciplinas en la creación de proyectos de comunicación.
- Resolución de conflictos y toma de decisiones en equipos de trabajo.

- **Saberes de Profundización:**

- Métodos de trabajo colaborativo entre periodistas, publicistas y expertos en RRPP.
- Evaluación del desempeño colaborativo en proyectos de comunicación.
- Estrategias de liderazgo en equipos creativos.
- Reflexión crítica sobre el rol del trabajo en equipo en la ejecución de proyectos.

3. Planificación y gestión de campañas de comunicación

- **Saberes Asociados:**

- Planificación de campañas de comunicación: cronogramas, presupuestos y briefings creativos.
- Evaluación del impacto y seguimiento de campañas en medios tradicionales y digitales.
- Gestión de proyectos: supervisión, ajuste y retroalimentación en la ejecución.
- Estrategias para la implementación de campañas integrales (escritos, audiovisuales y digitales).

- **Saberes de Profundización:**

- Elaboración de presupuestos y cronogramas detallados para proyectos de comunicación.
- Gestión de recursos y equipos para campañas multimedia.
- Métodos de evaluación del impacto de campañas de comunicación.
- Reflexión sobre el proceso de planificación y ajuste de proyectos en tiempo real.

4. Reflexión metacognitiva sobre el proceso de aprendizaje y producción

- **Saberes Asociados:**

- Técnicas de autoevaluación y reflexión crítica sobre el desempeño personal y grupal.
- Identificación de fortalezas y debilidades en la producción y gestión de proyectos.
- Retroalimentación y ajustes en función de las evaluaciones recibidas.
- Documentación del proceso de trabajo y aprendizaje.

- **Saberes de Profundización:**

- Elaboración de portafolios con evidencias del trabajo realizado.
- Evaluación crítica del proceso de aprendizaje y producción en el multimedios.
- Aplicación de estrategias de mejora continua en proyectos futuros.
- Reflexión sobre la evolución personal y profesional a lo largo del curso.

5. Orientaciones pedagógicas

Este curso se desarrollará a través de **proyectos prácticos** en los que los estudiantes participarán activamente en la **producción de contenidos** y la **gestión del multimedios** de la Escuela Superior de Comunicación Social. Se trabajará de manera interdisciplinaria, integrando periodismo, publicidad y relaciones públicas, en un entorno que simula las condiciones reales de trabajo.

Metodologías sugeridas:

- **Trabajo en equipos interdisciplinarios:** Los estudiantes colaborarán en proyectos conjuntos, aplicando habilidades de comunicación, producción y gestión.
- **Proyectos integrados de producción:** Producción de campañas de comunicación para distintos medios y plataformas.
- **Autoevaluación y reflexión crítica:** Se fomentará la autoevaluación continua, promoviendo la mejora a través de la reflexión metacognitiva y la retroalimentación recibida.

Sugerencias para la Evaluación

La evaluación será **formativa**, centrada en el desempeño práctico de los estudiantes en el multimedios y en su capacidad para gestionar proyectos de manera eficaz. Se utilizarán **rúbricas** para evaluar el desempeño técnico y creativo, la colaboración en equipos, la planificación de proyectos y la reflexión crítica sobre el proceso de aprendizaje.

Beneficios del uso de rúbricas:

- **Claridad en los criterios de evaluación:** Los estudiantes conocerán de antemano los criterios con los que serán evaluados.
- **Retroalimentación continua:** Se proporcionará retroalimentación detallada a lo largo del curso.
- **Objetividad:** La rúbrica asegurará una evaluación justa y equitativa.

Propuesta de Evaluación: Modelo basado en Desempeño Continuo

Dado que en este taller coinciden muchos docentes que son tutores, se propone una **evaluación del desempeño continuo**, combinando autoevaluación, evaluación entre pares y retroalimentación tutorizada.

1. Evaluación Tutorizada (40%):

- Evaluación de cada tutor en función de su área de especialidad (producción multimedia, publicidad, RRPP, periodismo).
- Se evaluará la calidad de la producción, el cumplimiento de objetivos y la gestión del proyecto.

2. Evaluación del Desempeño en Equipo (20%):

- Evaluación entre pares y observaciones de los tutores sobre la colaboración y desempeño en equipo.
- Se evaluará la contribución individual y la capacidad de trabajar en equipo.

3. Autoevaluación y Reflexión Metacognitiva (20%):

- Reflexiones periódicas de los estudiantes sobre su propio desempeño.
- Se evaluará la capacidad crítica y de autoevaluación.

4. Evaluación del Proyecto Final (20%):

- Evaluación final del proyecto multimedia realizado, incluyendo una presentación oral.

Ejemplo de Rúbrica

Criterio	Sí (9-10 puntos)	Sí, pero... (7-8 puntos)	No, pero... (5-6 puntos)	A revisión (1-4 puntos)
Producción de contenidos multimedia	Contenidos de alta calidad adaptados a distintos medios.	Contenidos adecuados, pero con áreas de mejora.	Contenidos limitados o con errores en la adaptación.	Contenidos no adecuados o mal adaptados.
Colaboración en equipos interdisciplinarios	Colabora eficazmente con compañeros de	Colaboración adecuada, pero con algunas dificultades.	Colaboración limitada, pero con esfuerzo notable.	No colabora de manera significativa al trabajo en

	distintas disciplinas.			equipo.
Planificación y gestión de proyectos	Planifica y gestiona proyectos de manera efectiva y detallada.	Buena planificación, pero con algunos errores menores.	Planificación limitada o con errores importantes.	No demuestra habilidades de planificación.
Reflexión Metacognitiva	Reflexión profunda y crítica sobre el proceso de aprendizaje.	Reflexión adecuada, pero con falta de profundidad en algunos aspectos.	Reflexión limitada, pero identifica áreas de mejora.	No refleja de manera crítica sobre su aprendizaje.

Ponderación de la Evaluación

1. **Evaluación Tutorizada:** 40%
2. **Evaluación del Desempeño en Equipo:** 20%
3. **Autoevaluación y Reflexión Metacognitiva:** 20%
4. **Evaluación del Proyecto Final:** 20%

6. Bibliografía

Amster, M. (1966). Técnica Grafica, Evolución, procedimientos y aplicaciones. Editorial Universitaria.

Ayestarán Crespo, R., Sebastián Morillas, A. B. (2012). Planificación estratégica y gestión de la publicidad: conectando con el consumidor. España: ESIC Editorial.

Camus, J.C. (2009). Tienes 5 Segundos: Gestión de contenidos digitales. Licencia Creative Commons.

Canavilhas, J. (2007). Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WW - Universidade da Beira Interior.

Franco, C. (2008) Cómo escribir para la Web, Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online', Guillermo Franco - Centro Knight para Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas en Austin.

Frutos Torres, B. D. (2018). Los medios publicitarios: investigación, planificación y gestión. España: Síntesis.

Garrett, J. J. (2000). The Elements of User Experience,. Ed (sd).

Gillmor, D. (2004). We the Media. Ed. (sd).

Marca Francés, G. (2018). Cómo hacer un plan estratégico de comunicación Vol. IV: La investigación estratégica de evaluación. España: Editorial UOC, S.L.

Salaverría, R. (2005) Redacción periodística en Internet. Ed: Eunsa.

Wodtke, Ch. (2003). Information architecture blueprints for the web. Ed (sd).