

PROGRAMA DE ACTIVIDAD CURRICULAR

Fecha Actualización

Mayo 2024

I IDENTIFICACIÓN

1.1 Carrera	:	Todas las Carreras
1.2 Nombre Actividad Curricular	:	Creación de Contenido, y Habilidades Digitales en un Entorno Competitivo
1.3 Código Actividad Curricular	:	DDP3K (Liderazgo y Emprendimiento)
1.4 Requisito	:	No tiene
1.5 Año Académico	:	2024 Semestre: Segundo
1.6 Área del conocimiento	:	Tecnología
1.7 Módulo Integrado	:	No aplica
1.8 Área de Formación	:	General
1.9 Carácter	:	Teórica 1, Lab. o Taller 2.
1.10 N° Horas Semanales	:	Presenciales: 3 No Presenciales: 1
1.11 Créditos SCT	:	2
1.12 Plataforma de Uso	:	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma virtual institucional - Correo Electrónico - Navegadores de Internet - Procesadores de texto o planillas electrónicas, etc.

II PARTICIPACION DE ESTA ACTIVIDAD CURRICULAR EN EL PERFIL DE EGRESO

El/la estudiante en esta actividad curricular potenciará las siguientes competencias asociadas al Perfil de Egreso	
GENÉRICAS	ESPECÍFICAS
<p>Lidera de manera efectiva o forma parte de un proceso de emprendimiento y llevar adelante las iniciativas necesarias para desarrollar la opción elegida y hacerse responsable de ella, en diversas organizaciones de forma estratégica y flexible.</p> <p>Utiliza las tecnologías de la información y la comunicación, de manera adecuada y pertinente, requeridas para desenvolverse en su quehacer profesional y social, que le permitan mantenerse actualizado a lo largo de la vida.</p>	<p>No aplica para competencias específicas, ya que esta actividad curricular tribuna a las competencias genéricas transversales para la UNAP.</p>

III DESCRIPCION GENERAL DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

Esta actividad curricular de carácter teórico práctico tiene como propósito, que los/las estudiantes puedan desarrollar, y relacionarse de forma afable con la creación de contenido en los medios masivos de comunicación, para que puedan

lograr competir con otros profesionales que sí están vinculados a éstas; y que forman parte del mercado laboral. Con esto, se busca que los/las estudiantes, obtengan resultados positivos, y puedan llegar a obtener un feedback con la comunidad.

Esta actividad curricular tributa a un nivel de profundización a las competencias declaradas en el perfil de egreso.

IV RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta actividad curricular, los y las estudiantes serán capaces de:

1. Crear contenido audiovisual innovador, a través de la metodología de las cuatro etapas del Inbound Marketing (Marketing de Contenido), generando un feedback, con la comunidad.
2. Analizar resultados de contenido audiovisual, a través de gráficas, y métricas, que posibiliten el mejoramiento del contenido asociado.

V CONTENIDOS (18 Semanas)

El programa se compone de tres unidades enunciadas del siguiente modo:

I Personal Branding

- Proceso de creación de la Marca personal
- Definición y aplicación de conceptos del Marketing de Contenido, y Marketing Digital
- Utilización de software para la edición de contenido audiovisual

II Proceso creativo de la Marca personal

- Definiendo la Marca personal
- Estudiando, y analizando el público objetivo
- Definiendo el Mercado Meta
- Definir el Posicionamiento
- Desarrollo de la apariencia, y la voz

III Análisis, y evaluación de la Marca personal

- Análisis de gráficas
- Aumento de seguidores en redes sociales
- Aumento de visibilidad en redes sociales (aumento de la cantidad de vistos).

VI ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

En esta asignatura se aplicarán las siguientes estrategias de aprendizaje

Metodología	
Método expositivo/lección magistral	X
Clase práctica o de laboratorio/taller	X
Estudio casos	
Resolución de ejercicios y problemas	
Aprendizaje basado en problemas	
Aprendizaje orientado a proyectos	

Aprendizaje cooperativo	X
Contrato de aprendizaje	
Juego de roles	
Foro/debate	X
Salida a terreno	
Consultas bibliográficas y estudio dirigido	
Análisis del discurso cinematográfico	
Visionado de largometraje y cortometraje	

VII EVALUACIÓN:

Se consideran tres evaluaciones con las siguientes ponderaciones

	Tipo	% Ponderación
Evaluación 1	Talleres	33
Evaluación 2	Foros	33
Evaluación 3	Presentación audiovisual	34

Técnicas de Evaluación	
Exposición oral/disertación	X
Presentación audiovisual (individual/colectiva)	X
Demostración práctica	X
Posters/afiche	X
Evaluaciones escritas	
Chequeo on-line con respuesta automatizada	
Cuestionario de opción múltiple	
Resolución de problemas individual/grupal	X
Debate y argumentación	
Evaluación entre pares	
Autoevaluación	
Informe	
Portafolio	
Construcción de elementos de evaluación	

Nota:

En esta asignatura no se aceptará plagio en presentaciones orales, escritas o visuales y quien lo cometa se arriesga a sanciones académicas. Se entenderá por PLAGIO, el uso de un trabajo, idea o creación de otra persona, sin citar la apropiada referencia y constituye una falta ética. En la actualidad, con las herramientas de informática es fácilmente detectable.

VIII BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Básica

- García Llorente, J. (2014). Cuaderno del alumno: gestión de contenidos Web (UF2401). Gestión de marketing y comunicación (COMM0112): (ed.). Madrid, Spain: Editorial CEP, S.L. Recuperado de <https://elibro-net.unap.idm.oclc.org/es/lc/unap/titulos/50865>.
- Bustinduy, I. (2013). Personal branding: cómo comunicar tu valor diferencial al mercado laboral: (ed.). Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro-net.unap.idm.oclc.org/es/lc/unap/titulos/56605>.

Complementaria

- Martin-Guart, R. y Botey López, J. (2020). Glosario de marketing digital: (ed.). Barcelona, España, Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro-net.unap.idm.oclc.org/es/lc/unap/titulos/167260>
- Medina Laverón, M. (2009). Calidad y contenidos audiovisuales: (ed.). Pamplona, Spain: EUNSA. Recuperado de <https://elibro-net.unap.idm.oclc.org/es/lc/unap/titulos/46977>.
- Carpio Valdez, S. (2015). Arte y gestión de la producción audiovisual: (ed.). Lima, Peru: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Recuperado de <https://elibro-net.unap.idm.oclc.org/es/lc/unap/titulos/41251>.
- Davara Fernández de Marco, E. y Davara Fernández de Marcos, L. (2022). Redes sociales para profesionales ¡El éxito a tu alcance!: (1 ed.). Las Rozas, Madrid, Wolters Kluwer España. Recuperado de <https://elibro-net.unap.idm.oclc.org/es/lc/unap/titulos/227922>.
- Vila Femenia, F. (2014). Comunicación estratégica: herramientas y técnicas para la proyección profesional en la red: (ed.). Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro-net.unap.idm.oclc.org/es/lc/unap/titulos/57593>.