

 UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA Escuela de Publicidad Programa de Publicidad Internacional		PROGRAMA MAESTRÍA EN PUBLICIDAD DIGITAL
FORMATO CONTENIDO PROGRAMÁTICO POSTGRADOS		NOMBRE ASIGNATURA: Pensamiento Digital + Estrategia Publicitaria
		CÓDIGO: CICLO No: 1
DOCENTE HORAS PRESENCIALES: 36	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE: 108 HORAS TOTALES: 144	NÚMERO DE CRÉDITOS: 3

JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura presenta un enfoque que se dirige al desarrollo de las habilidades y competencias del estudiante en la planeación de estrategias para la comunicación publicitaria en los diferentes entornos digitales empresariales, haciendo énfasis, en la comprensión y reflexión del fenómeno digital dentro de las dinámicas de la comunicación en red empresariales, para la gestión y proyección efectiva de planes de comunicación publicitaria que sean aplicables dentro de cualquier ecosistema digital.

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA

Desarrollar en los estudiantes las competencias idóneas tanto conceptuales como metodológicas para configurar planes estratégicos de comunicación publicitaria que sean aplicables en los diferentes contextos digitales.

COMPETENCIAS QUE SE BUSCA DESARROLLAR EN LA UNIDAD DE ESTUDIO

Competencia Genéricas

- **Pensamiento crítico:** Evalúa diferentes perspectivas; Analiza un argumento y justifica una posición de acuerdo o desacuerdo frente a este; construye argumentos sólidos, con premisas explícitas y conclusiones que se desprenden lógicamente de las premisas.
- **Entendimiento interpersonal:** Identifica fortalezas y limitaciones para el desenvolvimiento de las personas que resultan de sus actitudes y motivaciones;

Comprende al otro y su demanda; Encuentra estrategias y aproximaciones para resolver situaciones conflictivas. Está abierto a nuevas ideas y enfoques.

- **Pensamiento creativo:** Propone y desarrolla ideas originales. Propone situaciones o problemas nuevos o diferentes a los planteados. Plantea y propone planes de acción encaminados a obtener un resultado determinado. Encuentra perspectivas frente a una situación, o aproximaciones a un problema, nuevas, diferentes de las comúnmente aceptadas. Ser flexible para cambiar de opinión.
- **Inteligencia Emocional:** Desarrolla la capacidad de reconocer sus propias emociones y las de los demás. Lograr diferenciar entre varias emociones y poderlas clasificar correctamente. Usa información emocional para guiar el pensamiento y el comportamiento.
- **Juicio y Toma de decisiones:** Entiende que tomar decisiones es complejo pero necesario. Aplica la necesidad de priorizar las decisiones en función de su importancia. Identifica varias opciones de decisión para optar por una de ellas. Implementa en la toma de decisiones tanto procesos intuitivos como procesados o sustentados. Proporcionar metas y objetivos con directrices claras.
- **Comunicación:** Capaz de comunicar claramente sus expectativas en el marco de decisiones corporativas. Lee comprensivamente distintos tipos de textos, mediante la aplicación de estrategias comunicativas y lingüísticas específicas. Analiza y establece relaciones entre los distintos componentes de un texto y reconoce su intención comunicativa. Se expresa oralmente y elabora material escrito de diversos tipos (informe, ensayo, acta) con coherencia, claridad y precisión, reconociendo la intención comunicativa y el público al que va dirigido. Usa apropiadamente los formatos y códigos propios de la comunicación en diferentes contextos.
- **Comunicación en inglés:** Comprende los puntos principales de textos, en inglés estándar, en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio. Sabe desenvolverse en la mayor parte de las situaciones cotidianas que pueden surgir al interactuar con personas que manejan el inglés. Produce textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal. Describe experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justifica brevemente sus opiniones o explica sus planes.
- **Manejo de la información:** Analiza y evalúa críticamente la información y sus fuentes. Selecciona la información requerida y la usa de manera eficiente para cumplir una tarea específica. Identifica información faltante o información no confiable al analizar una situación o problema. Identifica el impacto económico, legal y social que implica el uso de la información y la maneja de manera ética y responsable.
- **Trabajo en equipo:** Identifica los diferentes roles en un equipo de trabajo a partir de la dinámica presente en una situación. Analiza y propone estrategias de

trabajo en equipo para enfrentar una situación o resolver conflictos en el grupo. Organiza el trabajo en equipo para producir resultados. Asume roles tanto de liderazgo como de soporte y apoyo en equipos de trabajo.

Competencias específicas

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de diseñar planes e Implementar estrategias creativas que puedan solucionar problemas de comunicación publicitaria en contextos digitales de manera eficiente y eficaz.

- Comprende las dinámicas del ecosistema digital
- Planifica estrategias publicitarias creativas para la red
- Habilidades en comunicación

PLAN TEMÁTICO PREVISTO

- Comunicación en ecosistemas digitales
- Planificación estratégica
- Creatividad

SOPORTE BIBLIOGRÁFICO BÁSICO

1. ARTICULO

Brandenburger, A. (2019) Strategy needs creativity (pp. 58 – 65). Harvard Business Review.

<https://bd.usergioarboleda.edu.co:2169/2019/03/strategy-needs-creativity?autocomplete=true>

Centro de Comercio Internacional (2018) Ecosistemas Empresariales para la Era Digital. Perspectivas de competitividad de las Pymes.

<http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/SMECO2018ExecutivesummarySP.pdf>

García Ávila, Susana, Alfabetización Digital. Razón y Palabra [en línea] 2017, 21 (Julio-Septiembre) : [Fecha de consulta: 20 de junio de 2019] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199553113006>> ISSN 1605-4806

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Cátedra presencial, fundamentada en casos prácticos de estudio y análisis.

Lecturas de referencia previas.
Actividades experienciales, Empleo de simulaciones, casos de estudio e instrumentos de autoevaluación
Talleres en clase y/o fuera de ella, que permitan la aplicación práctica de los temas vistos.
Quiz en clase para evaluar la comprensión de los temas

SISTEMA DE EVALUACION DEL RENDIMIENTO ACADEMICO

Tipos de trabajos	Trabajos específicos	Porcentaje individual	Porcentaje general
Talleres	Juego de Roles	40%	
	Simulación	20%	
Quiz	Perfil de Negociación	40%	
Examen final			

NOTA: Las fechas de entrega de los talleres y quices son las determinadas en clase

PERFIL DOCENTE

Profesional con experiencia en Pensamiento estrategico y creatividad digital.

CONTROL DE CAMBIO

Fecha última actualización: marzo 2018

Actualizado por: Director de la Maestría y Docente de la materia