

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

JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA
<p>El núcleo central de la asignatura, se basa en la comprensión de la comunicación como el enlace fundamental que tienen las organizaciones con el mundo competitivo actual. Un adecuado manejo de la comunicación y sus contenidos permite diseñar, desarrollar, poner en funcionamiento y mantener estrategias de posicionamiento coherentes en las organizaciones teniendo en cuenta sus ecosistemas digitales y la participación de las personas en ellos. Así las cosas, una comunicación efectiva se basa en la estructuración de conceptos en argumentos lógicos para configurar mensajes y comunicaciones efectivas en red donde emisores y receptores sean canales efectivos de información corporativa.</p>

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA
<p>Estructurar y producir contenidos coherentes en los diferentes contextos digitales, para establecer comunicaciones efectivas interpersonales en red y que sean acordes a las diferentes estrategias comerciales empresariales.</p>

COMPETENCIAS QUE SE BUSCA DESARROLLAR EN LA UNIDAD DE ESTUDIO
<p><u>Competencia Genéricas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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 tendrá las competencias para configurar contenidos y mensajes que sean coherentes con las estrategias comerciales planteadas.

- Identifica las fortalezas de las diferentes plataformas digitales para optimizar en ellas las dinámicas de comunicación interpersonal.
 - Detecta problemas que afecten la interacción para generar contenidos que promuevan la dinamización de públicos en red.
 - Promueve el relacionamiento en red por medio de estrategias de comunicación basadas en la configuración y narración de historias.
 - Selecciona los elementos claves del lenguaje interpersonal para establecer comunicaciones efectivas entre sujetos-marcas-empresas-proveedores optimizando los canales disponibles.
 - Evalúa la conducta y el comportamiento de las diferentes plataformas digitales de acuerdo con los contenidos propuestos.

PLAN TEMÁTICO PREVISTO

Retórica y redacción publicitaria

Redacción publicitaria

Redacción de contenidos

Herramientas efectivas de comunicación para entornos digitales

Comunicación en red

SOPORTE BIBLIOGRAFICO BÁSICO

Pallarés, M. (2015) Redacción Publicitaria en internet. Universidad Autónoma de Barcelona.

Escribir para la web (2004) J:\Nuevos_Desarrollos\Web Corporativo UAL\Gestor_De_Contenidos\Turcana de Software AG\Formacion de usuarios\Documentacion\Escribir_para_la_web.doc

Artículo

Aladro Vico, Eva, El lenguaje digital, una gramática generativa. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación [en línea] 2017, 22 [Fecha de consulta: 20 de junio de 2019] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93552794008>> ISSN 1135-7991

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 y actividades de campo	Solución de casos	40%	
	Simulación y propuestas de ideación	20%	
Examen final	Proyecto final	40%	

NOTA: Las fechas de entrega de las actividades son las determinadas y acordadas en clase.

PERFIL DOCENTE

Docente y profesional experto en áreas de la retórica publicitaria, lenguajes digitales para distintas plataformas y creador de contenidos.

CONTROL DE CAMBIO	
Fecha última actualización: junio 2019	Actualizado por: Director de la Maestría