




# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL

## Identificación del módulo

Identificación del módulo	
<b>Nombre del Módulo:</b>	Introducción a la comunicación digital
<b>Autor(es):</b>	Sean Igor Acosta D. <b>Versión 2:</b> Coordinación Programa Comunicación Social – Abril 2013
<b>Número de créditos:</b>	2
<b>Competencia Global:</b>	Explorar las estructuras comunicativas para articular y desarrollar contenidos a través de los medios alternativos, que habitan en múltiples plataformas.
<b>Requisitos Técnicos:</b>	Para ver correctamente este material se requiere de Microsoft Internet Explorer (versión 5.5 o superior), Plugin Flash Player, Acrobat Reader. 

Copyright © 2011 - Fundación Universitaria Católica del Norte - Todos los derechos reservados.

## Estructura

**Elemento de competencia 1:** Procesar los conceptos teóricos sobre el desarrollo de la Comunicación digital utilizando los medios sociales como herramientas.

TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Licencias Sociales	2	6
Redes sociales	2	6
Medios Sociales	2	6
Herramientas de Comunicación Digital	2	6



# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL

--	--	--

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.

<b>Elemento de competencia 2:</b> Desarrollar una estrategia de Comunicación Digital que permita incursionar la marca de la Institución UCN en las Redes Sociales.		
TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Nuevas profesiones en las Redes Sociales	2	6
LA marca en las redes Sociales	2	6
Estrategias efectivas de comunicación.	2	6
Checklist de Diseño de Contenidos Digitales.	2	6

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.

<b>Elemento de competencia 3:</b> Investigar las tendencias en creación de Contenidos para promocionar la Institución en las redes sociales.		
TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Estrategias de Comunicación Digital.	2	6
Marketing Virtual.	3	9
Marketing Social.	3	9

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI Trabajo independiente del estudiante.



# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL



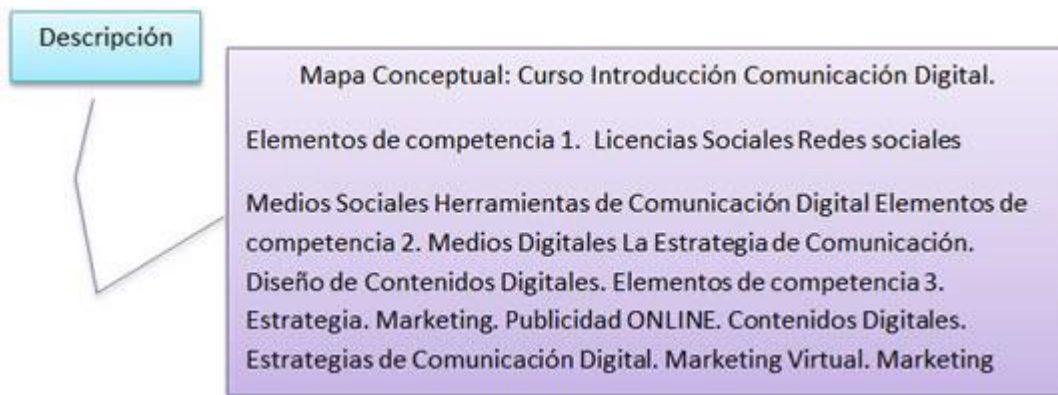
## Mapa conceptual



Clic en la imagen para ampliar



# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL



## Metodología

Para lograr la competencia del módulo se han planteado elementos de competencia, cada uno con criterios de desempeño específicos; para todos los criterios de desempeño se han preparado actividades de aprendizaje y recursos que facilitan al estudiante el desarrollo y la presentación de las evidencias que serán valoradas por el facilitador para determinar si se alcanza o no la competencia.

Es importante tener presente la interacción como elemento fundamental en la metodología de estudio virtual; mediante los comentarios, aportes, preguntas; se fortalecen los conocimientos y competencias; todos los integrantes del grupo están en capacidad de aportar, esta metodología está basada en el Constructivismo Interactivo, y del Project Zero [1](#).

El estudiante es el centro del proceso y su disciplina y autoestudio se constituyen en factores fundamentales para esta modalidad educativa. Adicionalmente las herramientas de la plataforma ofrecen espacios para la presentación de los contenidos, la interacción, la entrega de evidencias y verificación de competencias alcanzadas.

Se propone para el desarrollo del Módulo:

“La Calidad del aprendizaje del estudiante depende de lo que ellos piensan acerca de su trabajo.”

Con estos Modelos se busca:



# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL

- Aprender de la investigación.
- Aprender de la asociación.
- Aprender de la consulta de fuentes.
- Aprender de la retroalimentación.



Diseño: @sacosta809

La imagen presenta un avatar con el siguiente texto: Aprendamos, participando en comunidades de nuestros contactos, de la interacción con los demás.



# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL

Aprender de lo previo:

- Involucra su Conocimiento previo hacia una red de conexiones.
- Revise sus conceptos previos sobre el tema.
- Formule preguntas.
- Identifique las metas a lograr.
- Aprender del Contexto:
- Identifique las fuentes potenciales sobre Multimedia.
- Consulte la bibliografía sugerida.
- Revise el módulo y las lecturas complementarias.
- Complemente con otras fuentes bibliográficas.
- Desarrolle su Entorno personal de Aprendizaje 2.
- Ejemplo de PLE 3 (abrir Url) :



Clic en la imagen para ampliar

Diseño: @sacosta809

La imagen presenta algunas recomendaciones para ser un estudiante exitoso de E-Learnig

de E-Learnig  
1) Madurez Intelectual



# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL

- 2) Identificar su estilo efectivo de aprendizaje
- 3) Motivación Alta
- 4) Ambiente de estudio adecuado
- 5) Comprensión de lectura
- 6) Ordenador con internet.
- 7) Buena comunicación con su entorno.

Aprender Haciendo:

Desarrolle y formule preguntas sobre los temas presentados.

Realice las tareas (criterios de desempeño específicos) propuestas en el Curso.

Aprender de la Retroalimentación:

Socialice con sus compañeros del aula virtual sus propuestas, de tal forma que a través del diálogo y la crítica constructiva, puede enriquecer los conocimientos adquiridos.

Es importante desarrollar los trabajos solicitados de manera Individual y en algunos casos colectivamente. El Facilitador realizará una Orientación y retroalimentación permanente al cronograma propuesto. Igualmente se espera hacer uso de las diferentes herramientas que se encuentran en el aula virtual: correo, Chat, foro, OVA, entre otros.

Nota: en el transcurso de los diferentes cursos usted encontrará que varias de las imágenes y videos tienen un texto explicativo. Esto se debe a que es necesario realizar estos breves textos para los programas de lectura de pantalla para los compañeros con discapacidad visual que estudian con nosotros.

---

1. <http://pzweb.harvard.edu/>

2. El Entorno Personal de Aprendizaje (PLE: Personal Learning Environment) son los sistemas que utiliza una persona para gestionar y controlar su propio aprendizaje.

3. Tomado de: <http://jjdeharo.blogspot.com>



# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL



Tomado de: [Ver enlace](#)

Descripción de la Imagen: **La imagen muestra a un docente con cabeza de computador presentando la clase.**

Hoy el que no se comunica **No existe**. Y peor, si el que no se comunica no tiene las competencias de la Nueva Comunicación, la Comunicación Digital.

Sabemos que la Comunicación “consiste en un acto mediante el cual un individuo (ser humano, animal u objeto) establece con otro u otros un contacto que le permite transmitir una determinada información”. (Sánchez, 2009) Y utiliza múltiples medios para transmitir esa información que luego permite una respuesta es decir un feedback, una retroalimentación para que efectivamente se produzca una comunicación.

ver video: <https://www.youtube.com/watch?v=R533TMD1QOg>

El video presenta de manera gráfica los conceptos de Emisor, Canal, Código, Mensaje, Receptor.





# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL

La comunicación hoy está mediada por las TIC, estas permiten una comunicación ubicua y constante. Es así, como podemos comunicarnos mediante redes wifi, bluetooth, y 4g, redes de tipo inalámbricas que permiten una constante conexión a múltiples plataformas de comunicación.

Así como el comic anterior, hoy todos debemos tener la capacidad de conocer y manejar el mismo lenguaje utilizado y usado en la Comunicación digital, donde los Bits reemplazan la voz, so pena de vivir incomunicado.

El módulo lo capacitará para explorar y determinar las estructuras comunicativa que le permitan articular y desarrollar contenidos a través de los medios alternativos, en tal sentido es importante tener una participación activa en los medios en los que el facilitador determine

La evaluación por competencias en la Católica del Norte se orienta por los siguientes principios:

1. Continua: no hay momentos específicos para la evaluación, se realiza durante todo el periodo y a través de las actividades programadas en los módulos.
2. Integral: se valoran el ser, el saber y el hacer; es decir, el ser humano en todas sus dimensiones.
3. Refuerzo permanente: está implícito en el desarrollo de las actividades, porque el mismo criterio de desempeño se puede valorar en diferentes momentos. Los refuerzos culminan a la par de la terminación del bloque

La evaluación de las competencias se realiza a partir de la entrega de las evidencias (Actividades), y cada una cuenta con una serie de criterios de desempeño específicos que estandarizan la valoración de los resultados.

Desarrollo de actividades tipo taller: actividades diseñadas para elaborar lecturas, audiovisuales, de videos entregados por el docente con guía de trabajo que permitan apropiar los conceptos básicos del curso.

Desarrollo de un trabajo final: que será elaborado con un amplia retroalimentación tipo asesoría, orientada a acompañar al estudiante en la elaboración propia de un producto final:

Propuesta escrita de la Estrategia de Comunicación Digital.

Guión Literario y storyline de un Contenido Digital.

Presentación Interactiva de la investigación realizada.



# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL



Clic en la imagen para ampliar

Diseño: @sacosta809

## Glosario

**CONSUMER:** consumidor cada una de las personas o grupos de personas que compra los distintos productos y servicios existentes en un mercado, al objeto de satisfacer sus necesidades.

**CONSUMER BEHAVIOUR:** comportamiento de los consumidores es la forma de reaccionar los consumidores ante ciertos estímulos y situaciones del mercado. Este comportamiento está afectado por unas variables del entorno en que se mueve el consumidor y unas variables internas que son propias de la naturaleza psicológica de las personas.

**CONSUMER GOOD:** bienes de consumo conjunto de aquellos bienes que satisfacen directamente una necesidad del consumidor. Si se consumen en cortos periodos se les denomina perecederos o de consumo inmediato y si permanecen estables se les llama de consumo duradero.

**Consumismo:** nombre dado a los movimientos de defensa de los consumidores.

**CONSUMO :** (combustión) es una fase del proceso económico que consiste en el gasto consciente de bienes y servicios realizado por los consumidores, para la satisfacción de sus necesidades y sus deseos.

**CONTACTO.** Copiado de una imagen no por ampliación, sino por simple superposición («contac-to») de un negativo o matriz sobre la emulsión fotosensible.

**Contador de exposiciones.** Mecanismo de la cámara para indicar el número de fotos hechas con este rollo cargado.



# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL

**CONTINUIDAD** Término genérico que se emplea para referirse a la redacción y fraseología en radio y te-levisión.

**COMMERCIAL:** comercial anuncio publicitario que se realiza en los programas televisivos y exclusivo de las campañas publicitarias en el medio televisión o cine.

**COMMUNICATION CHANNEL:** canales de comunicación son los distintos medios y soportes a través de los cuales puede transmitirse una comunicación. Existen canales de comunicación colectiva y canales de comunicación interpersonal. Los canales de comunicación colectiva están formados por los medios de comunicación, prensa, radio, cine y televisión y son los utilizados fundamentalmente en la difusión de las campañas publicitarias.

**COMPETENCE:** competencia en términos de mercado existe competencia cuando una pluralidad de vendedores se enfrenta ante los consumidores o compradores, con una libertad de comercialización. en un sentido de práctica comercial se llama competencia al conjunto de diversas formas por las que las empresas producen o venden un mismo producto estableciendo una rivalidad para obtener unos resultados concretos.

**COMPETENCIA DESLEAL: (unfair competition).**- palabra que designa cualquier acción de competencia que es contraria a las normas correctas y a los buenos usos mercantiles y del mercado. este tipo de competencia suele estar prohibido por las legislaciones vigentes.

**COMPOSICIÓN (COMPOSITION)** El arreglo placentero de los elementos dentro de una escena – el objeto (tema) principal, el primer plano y el fondo y objetos de soporte.

**Compra por impulso:** aquella cuya decisión parece que no es pre-meditada, sino tomada en el punto de venta.

**Comprensivo:** material gráfico presentado en forma cercana a la que tendrá cuando sea publicado.

**COMUNICACION: (communication).**- es el proceso de producción, transmisión e intercambio de mensajes entre los hombres y los grupos humanos. Elementos utilizados: emisor, que produce el mensaje; mensaje, conjunto de ideas a comunicar; medio o canal, por donde se transmite el mensaje; receptor, persona o entidad a la que se dirige el mensaje.

**Concept board:** pieza gráfica elaborada para presentaciones e in-vestigaciones> en la cual se resume un concepto de mercadeo o publicitario.

**Concept-test:** investigación para medir la efectividad de un concep-to publicitario. Suele hacerse con plataformas de copy o concept boards.

**CONSUMER:** consumidor cada una de las personas o grupos de personas que compra los distintos productos y servicios existentes en un mercado, al objeto de satisfacer sus necesidades.

**CONSUMER BEHAVIOUR:** comportamiento de los consumidores es la forma de reaccionar los consumidores ante ciertos estímulos y situaciones del mercado. este comportamiento está afectado por unas variables del entorno en que se mueve el consumidor y unas variables internas que son propias de la naturaleza psicológica de las personas.



# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL

**CONSUMER GOOD:** bienes de consumo conjunto de aquellos bienes que satisfacen directamente una necesidad del consumidor. si se consumen en cortos periodos se les denomina perecederos o de consumo inmediato y si permanecen estables se les llama de consumo duradero.

**Consumerismo:** nombre dado a los movimientos de defensa de los consumidores.

**CONSUMO:** (consumption) es una fase del proceso económico que consiste en el gasto consciente de bienes y servicios realizado por los consumidores, para la satisfacción de sus necesidades y sus deseos.

**HDTV (High Definition TV)** Televisión de alta definición. Creciente número de líneas en una imagen (más de mil), las cuales le da mejor resolución que los sistemas actuales, sobre todo en el modelo U.S.N.T.S.C. de 525 líneas.

**SEMILOGIA:** (semiology) es un conjunto de conocimientos que tratan sobre el estudio de los signos, sus sistemas, sus sentidos y significaciones, dentro del marco social. la semiología publicitaria es la parte de la semiología que analiza y estudia el significado social de los mensajes de la publicidad, en cuanto están formados por un conjunto de signos.

**SEMIOTICA:** teoría que estudia los signos.

## Recursos

Camus, J. C. (2011). Tienes 5 segundos (Vol. 01,

COBO, C. R., & PARDO, H. K. (2007). Planeta web 2.0. In U. d. V. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (Eds.)

Electrónicos, C. (2006). Netiquette: Etiqueta en la Red. 2011, from [Ver documento](#)

Garcia, I. R., Miguel. (2005). La Problemática Institucional de la Sociedad de la Información en México. Razón y Palabra, 10, 12

Lessig, L. (2006). Creative Commons. Retrieved Julio 9, 2010, from [Ver sitio web](#)

NETWORK, M. (2011). La Empresa 2.0. In L. S. d. Todos (Eds.) PEREIRA G., J. M. (2000). www.cibersociedad. La sociedad de la información y las comunicaciones. Signo y Pensamiento, 36, 2

Positiva, C. (2008). Herramientas y programas protagonistas de la web 2.0. 2010, from [ver documento](#)

Rosales, P. (2011). Estrategia Digital (2011 ed. Vol. 1): DEUSTO.

Sánchez, J. M. G.-S. (2009). Lenguaje y Comunicación. IES Carmen Laffón, 4

