



MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES

Identificación del módulo.

Nombre del módulo:	Medios impresos y digitales
Experto temático:	Clara Inés Álvarez Zea
Año y versión:	Año: 2013 Versión: Año 2016 Versión 2 Luis Fernando Mejía Quiros
Número de créditos:	02 TP

Estructura.

Elemento de competencia 1: **Diseñar un estudio de mercado para determinar los medios más eficaces para publicar contenidos, teniendo en cuenta la población a la que se dirige y los recursos de los que se dispone.**

TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Historia de la tipografía y conceptos de litografía y tipografía	2	6
Familia y fuentes tipográficas	1	3
El color en la tipografía y en la elección del tipo.	1	3
Estudio de mercado	3	9
Total horas:	28	

Nota: AC 12: Trabajo con acompañamiento docente. TI 36 Trabajo independiente del estudiante.

Elemento de competencia 2: **Configurar el plan Publicitario a desarrollar para ser emitido en la web**

TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Producción de medios impresos	2	6
La comunicación en la web	3	9



MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES

Arquitectura de información en medios digitales	3	9
Total horas:	32	

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

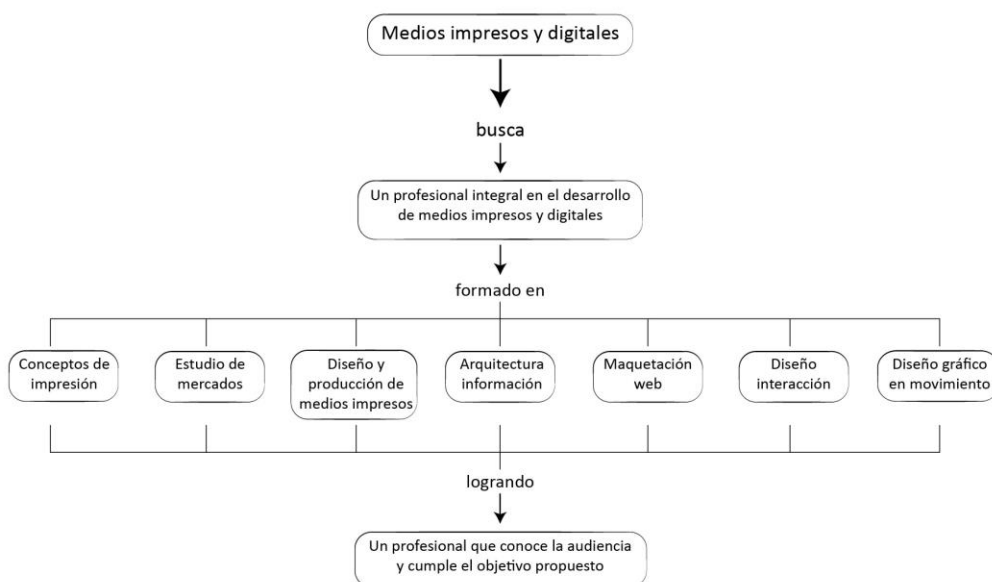
Elemento de competencia 3: Preparar la Estrategia creativa para ser implementada en el Plan Publicitario		
TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Maquetación html/css	2	6
Diseño de interacción	2	6
Diseño gráfico en movimiento.	5	15
Total horas	36	

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



MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES

Mapa Conceptual



<http://intranet.ucn.edu.co/disen/asesoria/ComunicacionSocial/Forms/AllItems.aspx?RootFolder=%2Fdiseno%2Fasesoria%2FComunicacionSocial%2FMedios%20impresos%20y%20digitales%2FRecursos>

Con el deseo de acompañar la formación de nuestros alumnos que hacen uso de lectores de pantalla, presentamos el texto acompañante de la imagen anterior.

A través del curso de Medios Impresos y Digitales se busca lograr un profesional integral en el desarrollo de medios impresos y digitales con formación en conceptos de impresión, estudio de mercados, diseño y producción de medios impresos, arquitectura de la información, maquetación web, diseño de interacción, diseño gráfico en movimiento logrando un profesional que conoce la audiencia y cumple con el objetivo propuesto.

Justificación

La mayoría de los profesionales actuales en áreas tales como la publicidad, la comunicación o el diseño salen al mundo laboral con una formación en conceptos de color, segmentación, públicos entre otros que les ayudan a crear campañas creativas y en la mayoría de los casos vendedoras pero se nota una gran deficiencia en los



MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES

profesionales sobre los conocimientos de conceptos básicos de impresión, realización de cuñas, videos, publicidad online u otra clase de medios, no saben como llevar eficientemente la producción de una campaña.

Además de ser creativa la publicidad debe ser efectiva en sus resultado y eficiente en la utilización de los recursos por varias razones: no generar desperdicio de materiales e incurrir en sobrecostos, utilizar los medios adecuados para cada mensaje, conocer los tipos de materiales y aplicaciones en impresión pues la campaña no es solo el mensaje que se da es el cómo, por donde, con que actitud y la coherencia del mensaje y del producto con lo que se presenta.

Es claro que hay materiales y acabados maravillosos como los laminados y reservas pero que no son aplicables para un producto ecológico porque estos no permiten el reciclado del material, o materiales con texturas y gramajes muy delgados que no muestran fortaleza, o campañas por medios electrónicos para zonas con poca o nula cobertura.

Este curso da a los alumnos la oportunidad de conocer las diferentes herramientas, materiales, técnicas y opciones que les da el mundo actual para que sus campañas lleguen al público objetivo de manera eficiente y logren su cometido de persuadir.

Por lo anterior este módulo da a los profesionales en Comunicación Social los argumentos, conocimientos, competencias y herramientas necesarias para convertirse en grandes asesores a la hora de producir piezas publicitarias y llevarlas al público para el que fueron creadas.

Metodología

Este módulo es coherente con el Modelo Educativo de la Católica del Norte Fundación Universitaria, el cual promueve la autonomía, la investigación y el aprendizaje significativo y cooperativo, como base de una educación activa y exigente en la que es fundamental la intervención de varios actores para desarrollar las competencias planteadas y construir conocimiento de manera colaborativa.

En este sentido, la interacción es el aspecto central de esta experiencia educativa. A través de ella se promueve el pensamiento crítico, propositivo y reflexivo por medio de intercambios comunicativos, sincrónicos y asincrónicos, entre el docente facilitador y los estudiantes. La mediación del saber a partir de la plataforma educativa, el uso de las TIC y la actitud analítica y argumentativa son los medios y manera de abordar los ejes temáticos que contribuyen a la formación del aspirante a especialista en educación virtual.

El conjunto de lo anterior aporta al mejoramiento del desempeño personal y profesional del estudiante, así como al desarrollo de su propuesta de investigación. Uno de los fines más importantes de esta propuesta es contextualizar y dar respuesta a las problemáticas en las que se desenvuelve el docente virtual en su quehacer cotidiano. En consecuencia, el curso privilegia actividades en las que prima la observación, la descripción, el análisis y la interpretación a partir de técnicas didácticas como el aprendizaje basado en problemas, el aprendizaje orientado en proyectos o el método de solución de casos.



MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES

De tal suerte, el compromiso del estudiante y su respuesta acertada a la metodología del curso se convierten en un factor definitivo para aprehender los contenidos teóricos-prácticos y cumplir de manera óptima con las actividades previstas y la construcción de las evidencias de conocimiento, aprendizaje, desempeño y producto que se le solicitarán como parte de su proceso formativo.

Evaluación

La evaluación en los Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVA) es un proceso permanente de formación que involucra de manera integral la autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación del aprendizaje.

En el curso el docente facilitador, los compañeros y Usted se convierten en evaluadores permanentes de sí mismos y de cada uno de los integrantes del grupo: conjuntamente analizan y valoran el proceso y los productos del otro para realimentar, consolidar o reorientar logros.

En consecuencia, su desempeño será evaluado a partir del seguimiento que varios actores hacen de los procesos relacionados con las situaciones de aprendizaje planteadas. Dicho seguimiento será tanto cualitativo como cuantitativo. De tal suerte, las participaciones argumentadas sobre los diferentes ejes temáticos que se publican a través de los medios tecnológicos que el facilitador y los estudiantes acuerdan utilizar para el debate y la construcción del conocimiento, se constituyen en evidencias y son objeto de evaluación. Igualmente lo son la presentación de tareas, evaluaciones, producciones escritas, socializaciones sincrónicas o asincrónicas y entregables de micro proyectos de curso o adelantos de su proyecto de investigación general, entre otros.

En el mismo sentido, Usted podrá autoevaluarse durante el proceso de acuerdo con los indicadores de evaluación establecidos. Revíselos con detenimiento antes de iniciar el curso, durante y después de construir las evidencias y dispóngase a dar lo mejor de sí para alcanzar un desempeño óptimo.

Evidencias de conocimiento. Apuntan al dominio cognoscitivo para procesar e identificar información relevante, su clasificación, su interpretación de manera útil, y la búsqueda de las relaciones entre información nueva e información adquirida previamente. Incluye el conocimiento de hechos y procesos, la comprensión de los principios, y teorías y las maneras de utilizar el conocimiento en situaciones cotidianas y nuevas.

Evidencias de desempeño. Evidencias del saber procedimental, relativas al cómo ejecuta el estudiante una actividad, en donde pone en juego sus habilidades, conocimientos y actitudes. Permiten recoger información directa, de mejor calidad y más confiable, sobre la forma como el estudiante desarrolla su proceso de aprendizaje y así poder identificar cuáles han sido sus logros y cuáles le faltan por alcanzar. Incluye las evidencias actitudinales.



MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES

Evidencias de producto. Son los resultados que obtiene el estudiante en una actividad que refleja el aprendizaje alcanzado y permite hacer inferencias sobre el proceso desarrollado, o método utilizado.

La valoración final será entonces el resultado de la integración de las diferentes actividades de aprendizaje. Dicha valoración se realizará de acuerdo con los indicadores de evaluación y los criterios específicos para cada una de las evidencias solicitadas como prueba de que el estudiante ha alcanzado las competencias que se esperan de él con el seguimiento de este curso.

Glosario.

CMYK: hace referencia a las tintas usadas para imprimir en litografía que son cian, magenta, amarillo y negro y se usa para imprimir en policromía.

C1S y C2S: son siglas en inglés de **coated one side** y **coated two sides**, quiere decir **papel de impresión por un lado o por dos lados**.

Calibre: es el grosor que tiene el papel y este es importante para saber su rigidez y dureza.

Duotono: impresión hecha a dos tintas o colores.

DPI: es la sigla en inglés de **Dots per inch** que es **los puntos por pulgada y definen la calidad de la imagen**.

GIF: es un formato de imagen que sirve para internet pero no sirve para impresión.

JPG: es un programa que guarda imágenes en 24 bits.

Offset: es una técnica de impresión la cual transfiere la tinta de una plancha a un caucho y al papel en lugar de transferirlo directamente de la plancha al papel.

Pantone: es un sistema para concordar colores para la impresión y se utiliza para lograr concordancia en colores concretos y es diferente al CMYK.

Plancha: es una hoja metálica para la impresión en litografía, se realiza una por cada color con la imagen correspondiente a este color.

Policromía: las impresiones que llevan todos los colores como fotos, dibujos se hace con CMYK.

Refilar: corte de los lados del papel para que quede de la medida exacta y con lados perfectos.

RGB: son rojo, verde y azul y son los utilizados para imágenes en internet o pantallas.

TIFF: viene del inglés *Tagged Image File Format* y se utiliza para guardar imágenes provenientes de escáner.

Troquel: Es una herramienta metálica que corta el papel con una forma especial que nosotros deseemos y se fabrica especialmente.



MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES

Ingrese al siguiente enlace <http://www.autoreseditores.com/es-co/guia-glosario.html> para ampliar la información sobre algunos términos existentes en el campo de la realización de medios impresos y digitales.

Competencia Global del módulo

Aplicar conocimientos y habilidades en los campos tipográfico, litográfico y digital para acompañar y desarrollar procesos de publicación tanto en papel como en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Situación de Aprendizaje.

Para el desarrollo del módulo se utilizará el método de caso.

Esta actividad estará disponible en el espacio de actividades que se encuentra habilitado en el curso.

Favor revisar las instrucciones y proceder a comunicarse con el docente ante cualquier interrogante.