

UNTREF

UNIVERSIDAD NACIONAL
DE TRES DE FEBRERO

UNTREF

VIRTUAL

ANEXO I

**TECNICATURA UNIVERSITARIA EN
GESTIÓN DE MEDIOS DIGITALES**

Modalidad A Distancia

Creación. Diciembre de 2020

1. Identificación de la carrera

Denominación: Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Digitales.

Nivel: Pregrado Universitario - Tecnicatura universitaria

Modalidad: A Distancia

Especialidad: Gestión y Administración de la Cultura

Duración del Plan de Estudios: Dos años y medio. 1728 horas reloj

Título a otorgar: Técnico/a en Gestión de Medios Digitales.

Marco Normativo: Estatuto de la Universidad Nacional de Tres de Febrero

Reglamento de estudios y SIED RCS 006/18

SIED: RESFC-2019-63-APN-CONEAU#MECCYT

2 Fundamentación

En el marco de la convergencia digital, el universo mediático se amplía y diversifica generando transformaciones sustanciales en todos los procesos comunicativos. Diferenciados del papel central de los medios tradicionales de comunicación, en difundir información y propagar conocimiento, los medios *on-line* forman parte de las relaciones mediatizadas de una sociedad en la que la atención aparece más segmentada, personalizada y abocada a la colaboración y participación.

Las audiencias dejaron de ser pasivas para convertirse en productoras de información, comunicación y contenidos. Más que receptores de un medio son usuarios de un servicio con el cual deciden interactuar.

Frente al fenómeno de la globalización de la cultura, de los consumos informativos y culturales y de las transformaciones sociales mediadas y mediatizadas por el avance tecnológico, surge la necesidad de sistematizar el conocimiento sobre el uso y administración de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) aplicadas al quehacer de la comunicación interna y externa de las organizaciones culturales y de las industrias creativas.

Nuevas dinámicas surgen de este aprendizaje que incluye la tarea de incorporar conocimientos en el manejo de los recursos multimediales. El objetivo central es sacar el mayor provecho a la comunicación que establecen las organizaciones con sus seguidores en las redes sociales. Los públicos, audiencias y usuarios de bienes culturales, con su interacción en sitios y redes de comunicación virtual, no sólo se convierten en consumidores potenciales de información, sino simultáneamente en generadores de contenido.

Esto implica considerar los procesos comunicacionales como un abanico de trayectos de interacción contruidos a partir del uso dinámico de diversas plataformas digitales relacionadas e hipervinculadas.

En este contexto dinámico y transformador, la Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Digitales constituye una opción académica eficaz en la formación y desarrollo de capacidades inherentes a los procesos comunicacionales que el campo de las industrias creativas demanda. En particular, impulsa a la formación de profesionales calificados acorde a los nuevos roles que el sector de las políticas y administración de la cultura requiere.

El graduado de la Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Digitales podrá optar por continuar sus estudios y ampliar su formación en la Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura. Para esto será necesario completar el ciclo inicial con la aprobación de 12 materias adicionales.

Fundamentación de la Modalidad a Distancia.

Los avances tecnológicos con sus nuevos requerimientos en las formas de gestión y administración de la producción demandan cada vez más nuevos perfiles personales y profesionales, solicitando nuevos conocimientos y competencias, como, por ejemplo la asunción de mayor autonomía y responsabilidad; la disposición para la proactiva integración de equipos; el conocimiento de los procesos de producción en su conjunto así como la rápida adaptación a los cambios. La formación inicial de los profesionales se vuelve rápidamente obsoleta si no se asume el desafío de la permanente formación y aprendizaje de acuerdo con las demandas y necesidades que emergen continuamente de la sociedad.

Las demandas que se vienen realizando para que los sistemas de formación y educación respondan a las circunstancias antes enunciadas, están forzando a las instituciones educativas de nivel superior a pensar en otras formas de organización de los productos formativos.

En la actualidad nuevas formas de organización se van imponiendo especialmente posibilitadas por las nuevas metodologías disponibles. A pesar de la distancia física, alumnos y docentes pueden encontrarse en un mismo tiempo a debatir y construir conocimientos. Las comunidades académicas trabajan cada vez más operativamente estableciendo vínculos de mayor intercambio con más y mejor potencial colaborativo.

Las actividades científicas y académicas se ven favorecidas por investigaciones en redes con sedes en diferentes países, y por las potencialidades que brinda Internet en materia de accesos a bibliotecas, diarios y sistemas de información. Las propuestas de formación a distancia facilitan la incorporación de personas a programas formativos que de otro modo hubieran quedado excluidos.

Especial relevancia tienen estas posibilidades en el caso de adultos que trabajan y disponen de tiempos reducidos para concurrir a clases, así como de jóvenes que viven en zonas alejadas de los centros de aprendizajes.

La UNTREF, pese a su relativamente corta existencia ya que su creación data del año 1996, tiene un importante desarrollo en el campo virtual de la enseñanza desde el año 2002, para ello cuenta con recursos humanos, docentes, pedagógicos e informáticos adecuados y con la capacidad tecnológica requerida. En la actualidad se dictan de esa modalidad Carreras de Pregrado, Carreras de Grado, de Complementación Curricular, Diplomaturas y Cursos varios y Cursos y Carreras de Posgrado.

A partir de esta experiencia es que se pensó en este proyecto, en la medida que esta modalidad ha de permitir acceder a la formación profesional a quienes hoy no tienen esa posibilidad desde la experiencia presencial.

3 Objetivos

- Desarrollar capacidades para planificar y gestionar proyectos comunicacionales a través del ecosistema de medios digitales.
- Brindar las herramientas necesarias para interpretar los mecanismos de interacción entre grupos sociales y consumos culturales en contextos dinámicos.
- Proporcionar el marco teórico y metodológico que permita a los egresados elaborar y gestionar planes de comunicación enfocados en la promoción, desarrollo y consumo de propuestas culturales.
- Brindar los conocimientos fundamentales en el uso de los diferentes lenguajes multimediales para el desarrollo de narrativas digitales.
- Asistir en el uso de herramientas de diseño y edición de materiales multimedia articulados a los procesos de comunicación digital.
- Desarrollar capacidades técnicas para la administración, coordinación y ejecución de proyectos comunicacionales en equipos interdisciplinarios.

4 Alcances de la carrera

Alcances del Título de Técnico/a en Gestión de Medios Digitales:

- Asistir técnicamente en el lanzamiento de eventos, productos y actividades culturales.
- Brindar asesoramiento técnico estratégico en la elaboración de planes de comunicación en diferentes organizaciones de las industrias creativas.
- Asistir en la elaboración de estrategias para la puesta en marcha de procesos comunicacionales en organismos culturales públicos y/o privados.
- Intervenir técnicamente en el desarrollo de proyectos multimediales orientados a distintas categorías de seguidores y potenciales audiencias.
- Asistir a equipos interdisciplinarios en la articulación de tareas de producción multimedia en entornos digitales.
- Asesorar en la conformación de cuerpos técnicos orientados al desarrollo y monitoreo de proyectos de comunicación.

5 Condiciones de ingreso:

- Estudios de nivel medio o ciclo polimodal de enseñanza aprobados.
- Excepcionalmente, los mayores de 25 años que no reúnan esa condición, podrán ingresar siempre que demuestren, a través de evaluaciones que la universidad establezca, que tienen preparación y/o experiencia laboral acorde con los estudios que se proponen iniciar, así como aptitudes y conocimientos suficientes para cursarlos satisfactoriamente.
- Cumplimentar las actividades relativas al ingreso a las carreras, aprobadas por los órganos de administración académica de la UNTREF.

6 Requisitos para la graduación

Para obtener el título de Técnico/a en **Gestión de Medios Digitales** deberán aprobarse todas las actividades que integran el plan de estudios: 23 materias

7 Perfil del Graduado

La Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Digitales propone capacitar a agentes culturales para participar en la elaboración, planificación y administración de procesos comunicacionales enmarcados en el espectro de la globalización de la cultura, de los consumos culturales mediados por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

El graduado adquirirá las capacidades necesarias para asistir y articular las funciones diferenciadas en equipos interdisciplinarios para la puesta en marcha y desarrollo de proyectos de comunicación. Dispondrá de los conocimientos necesarios para el seguimiento y monitoreo de las distintas fases que cada plan estratégico requiera, adecuados a la naturaleza de cada organización, producto cultural y audiencia.

Quienes se gradúen de la carrera obtendrán conocimientos y habilidades aplicables para:

- gestionar proyectos comunicacionales en comunidades de seguidores, audiencias y consumidores de productos culturales.
- elaborar estrategias de comunicación orientadas a la difusión de eventos, productos y actividades culturales, con impacto en audiencias diferenciadas.
- instrumentar herramientas de análisis que permitan coordinar y monitorear procesos comunicacionales con comunidades de seguidores en redes sociales.
- asesorar a organizaciones culturales y de las industrias creativas en la elaboración de planes estratégicos de comunicación adaptados a sus necesidades particulares.
- innovar en la producción de narrativas acordes a los formatos de los nuevos medios de comunicación digital.
- el uso y administración de herramientas de diseño y edición de materiales multimedia.
- el análisis, tratamiento, interpretación y elaboración de la comunicación digital.
- analizar y optimizar la utilización de nuevas vías y estrategias comunicativas de los medios digitales.
- incorporar y evaluar el uso de técnicas de marketing digital acordes a los productos y consumidores que cada organización requiera según su contexto.

8 Actividades Curriculares

Los alumnos que cursen la carrera de Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Digitales deberán completar, con carácter obligatorio, el desarrollo de las siguientes actividades curriculares:

1. Estudio del marco social - cultural de las comunidades y organizaciones.
2. Consumos culturales y tendencias.
3. Planificación estratégica de la comunicación I: Diagnóstico situacional y plan estratégico
4. Planificación estratégica de la comunicación II: Monitorización y evaluación de procesos.
5. Nuevos paradigmas de la comunicación virtual.
6. Narrativa digital: Multimedia y transmedia. Interactividad.
7. Redacción y géneros.
8. La imagen fotográfica y su lenguaje.
9. Lenguaje y composición sonora.
10. Lenguaje audiovisual, géneros y técnicas de producción.
11. Realización I: Composición visual. *
12. Realización II: Composición sonora. *
13. Realización III: Relatos audiovisuales. *
14. Realización IV: Diseño de sitios.
15. Funcionamiento y configuración de las redes sociales
16. Aplicaciones virtuales interactivas.
17. Problemas de historia del siglo XX
18. Introducción a la problemática del mundo contemporáneo.
19. Inglés Nivel I
20. Inglés Nivel II
21. Cultura Contemporánea
22. Planificación y transmisión de eventos en plataformas digitales.
23. Cuestiones de Sociología, Economía y Política.

*Estas materias son complementarias a sus respectivos lenguajes y es necesario que los/as alumnos las cursen en simultáneo: (11) complementaria de (8); (12) complementaria de (9); (13) complementaria de (10).

9 Plan de Estudios

Tipo de plan de estudios: Estructurado

Régimen de Cursado y Carga Horaria

Cód.	Asignaturas/ Actividades	Modalidad de cursada	Régimen de cursada	Carga Horaria	
				Semanal	Total
01	Estudio del marco social - cultural de las comunidades y organizaciones.	A distancia	cuatrimestral	6	96
02	Consumos culturales y tendencias.	A distancia	cuatrimestral	5	80
03	Planificación estratégica de la comunicación I: Diagnóstico situacional y plan estratégico	A distancia	cuatrimestral	6	96
04	Planificación estratégica de la comunicación II: Monitorización y evaluación de procesos.	A distancia	cuatrimestral	6	96
05	Nuevos paradigmas de la comunicación virtual.	A distancia	cuatrimestral	6	96
06	Narrativa digital: Multimedia y transmedia. Interactividad.	A distancia	cuatrimestral	6	96
07	Redacción y géneros.	A distancia	cuatrimestral	4	64
08	La imagen fotográfica y su lenguaje.	A distancia	cuatrimestral	5	80
09	Lenguaje y composición sonora.	A distancia	cuatrimestral	6	96
10	Lenguaje audiovisual, géneros y técnicas de producción.	A distancia	cuatrimestral	6	96
11	Realización I: Composición visual. *	A distancia	cuatrimestral	4	64
12	Realización II: Composición sonora. *	A distancia	cuatrimestral	4	64
13	Realización III: Relatos audiovisuales*	A distancia	cuatrimestral	4	64
14	Realización IV: Diseño de sitios.	A distancia	cuatrimestral	4	64
15	Funcionamiento y configuración de las redes sociales	A distancia	cuatrimestral	6	96
16	Aplicaciones virtuales interactivas.	A distancia	cuatrimestral	6	96
17	Problemas de historia del siglo XX	A distancia	cuatrimestral	4	64
18	Introducción a la problemática del mundo contemporáneo.	A distancia	cuatrimestral	4	64
19	Inglés Nivel I	A distancia	cuatrimestral	2	32
20	Inglés Nivel II	A distancia	cuatrimestral	2	32
21	Cultura Contemporánea	A distancia	cuatrimestral	4	64
22	Planificación y transmisión de eventos en plataformas digitales.	A distancia	cuatrimestral	4	64
23	Cuestiones de Sociología, Economía y Política	A distancia	cuatrimestral	4	64
Carga horaria total de la Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Digitales				1728	

* Las siguientes materias son complementarias a sus respectivos lenguajes. **Es necesario que los/as estudiantes cursen en simultáneo las materias correspondientes**, según se detalla a continuación: (11) Realización I: Composición visual es complementaria de (8) La imagen fotográfica y su lenguaje; (12) Realización II: Composición sonora es complementaria de (9) Lenguaje y composición sonora y (13) Realización III: Relatos audiovisuales es complementaria de (10) Lenguaje audiovisual, géneros y técnicas de producción.

Organización por cuatrimestre

Cuatrimestre	Asignaturas / Actividades				
	I	Nuevos paradigmas de la comunicación virtual. (05)	Estudio del marco social - cultural de las comunidades y organizaciones. (01)	Consumos culturales y tendencias. (02)	Cultura Contemporánea (21)
II	Redacción y géneros. (07)	La imagen fotográfica y su lenguaje. (08)	Planificación estratégica de la comunicación I: Diagnóstico situacional y plan estratégico (03)	Realización I: Composición visual. (11)	
III	Funcionamiento y configuración de las redes sociales (15)	Lenguaje y composición sonora. (09)	Planificación estratégica de la comunicación II: Monitorización y evaluación de procesos. (04)	Realización II: Composición sonora. (12)	Cuestiones de Sociología, Economía y Política (23)
IV	Aplicaciones virtuales interactivas. (16)	Lenguaje audiovisual, géneros y técnicas de producción. (10)	Realización III: Relatos audiovisuales (13)	Problemas de historia del siglo XX (17)	Inglés Nivel I (19)
V	Narrativa digital: Multimedia y transmedia. Interactividad. (06)	Realización IV: Diseño de sitios (14)	Inglés Nivel II (20)	Introducción a la problemática del mundo contemporáneo. (18)	Planificación y transmisión de eventos en plataformas digitales.(22)

10 Contenidos Mínimos

01 Estudio del marco social - cultural de las comunidades y organizaciones.

Cultura y organización. Cultura organizacional. Categorías. Valores. Identidad y cultura. Pautas culturales. Sistema cultural y subsistemas. Grupos sociales: categorización. Jerarquías sociales. Colectivo social. Rasgos cualitativos. Agente socializador. Procesos comunicacionales. Comunicación y gestión. Comunicación e interculturalidad.

02 Consumos culturales y tendencias.

Consumo cultural. Concepto. Público, audiencias, usuarios. Perspectivas de abordaje. Bienes y servicios culturales. Hábitos, prácticas y consumos culturales. Factores que determinan su acceso. Diferenciación y distinción. Fragmentación, individualización e identidad en el consumo. Perfiles del consumidor. Redes e interconectividad. Interactividad de las audiencias en los entornos digitales. Los nuevos medios de comunicación: nuevas tendencias de consumo.

03 Planificación estratégica de la comunicación I: Diagnóstico situacional y plan estratégico

Análisis situacional: estrategia metodológica de observación y análisis de campo. Diagnóstico situacional. Aproximación a la temática a abordar. Reconocimiento, identificación y descripción de actores en el escenario comunicacional. Procesamiento de la información. Herramientas de análisis: líneas de tiempo; árbol de problema; FODA - DRAFPO. Marketing de contenidos. Marco estratégico. Mensajes y medios. Planificación. Fines y principios. Criterios estratégicos: enfoque técnico y político. Objetivos. Etapas. Modalidad de ejecución y líneas de acción.

04 Planificación estratégica de la comunicación II: Monitorización y evaluación de procesos.

Interlocutores. Agentes y funciones. Recursos de comunicación. Herramientas y canales de comunicación. Cronograma de acciones. Alcances esperados. Viabilidad. Registro de datos. Plan y herramientas de procesamiento. Mapeo de audiencias. Análisis de: sustentabilidad y marketing; plataformas mediáticas y lenguajes. Engagement.

Herramienta para elaborar el cronograma de actividades: Project libre - Gantt Project

05 Nuevos paradigmas de la comunicación virtual.

Las TIC y los escenarios digitales. De la Web 1.0 a la Web 2.0. Plataforma. Hipertextualidad. Convergencia digital: empresarial, tecnológica, profesional y comunicativa. Comunicador y polivalencias: tecnológica, mediática y temática. Paridad entre productores y consumidores. Relaciones sociales: profundidad, continuidad y serialidad. Inmersión. Inteligencia artificial: algoritmos informáticos. Motores de búsqueda.

06 Narrativa digital: Multimedia y transmedia. Interactividad.

Las narrativas del nuevo ecosistema mediático. Convergencia. Multimedia. Crossmedia. Transmedia. Diseño y edición multiplataforma. Herramientas transmedia para la producción y difusión de contenidos. Contenido principal y expandido. Contenido adaptado. Interacción Social. Interactividad y contenido generado por el usuario.

07 Redacción y géneros.

Géneros discursivos: informativo, instruccional, argumentativo, ficcional. Características. Descripción discursiva. Género periodístico informativo y de opinión. Esquemas textuales. Estructura narrativa. La entrevista: Tipos de entrevistas. Instancias de producción. Técnicas y estilos. Guión multimedia. Tratamiento: lema, historia de fondo y contexto. Sinopsis, argumento y guión. Formatos de producción: Anuncio. Microrrelato ficcional. Documental multimedia. Ebook. Herramientas para desarrollar guiones colaborativos: Writer Duet - RealtimeBoard - Slack

08 La imagen fotográfica y su lenguaje.

Elementos constitutivos de la imagen. Encuadre. Composición. Contenido y sentido. Valores expresivos: denotación y connotación. De lo real a lo representado. El objeto fotográfico y fotograficidad. Categorías y usos: periodístico; publicitario; documental. Condiciones de producción fotográfica objeto - sujeto - contexto - problemática. El material fotográfico. Selección y categorización. Tratamiento: reencuadre y retoque. Composición gráfica: relación imagen - texto en la construcción de contenido.

09 Lenguaje y composición sonora.

Escucha y percepción sonora: proceso de creación de imágenes sonoras. Discurso sonoro. Ritmo, dinámica y artística sonora. Podcast. Definición. La autonomía del formato. Realización. Hoja de ruta. Guión: El sentido de los recursos sonoros y su articulación con los elementos del lenguaje. Composición sonora: relato, efectos sonoros, planos sonoros. Sintaxis sonora. Segmentos radiales: editorial, entrevista, clip de audio. Géneros y formatos. Clasificación. Informe periodístico. Instancias de producción. Microrrelato.

10 Lenguaje audiovisual, géneros y técnicas de producción.

Elementos constitutivos del relato audiovisual: toma, plano, secuencia. Estructura narrativa: idea, sinopsis, escaleta. Guión literario: escena, secuencia, episodio. Guión técnico . storyboard. Relación entre imagen y sonido: audiovisión. Temporalidad en el relato audiovisual: elipsis; flash back; flash forward. Montaje: concepto. Tipos: paralelo, alternado, subjetivo. Géneros de producción audiovisual: ficción; animación; documental. Personajes y caracterización. Estructura dramática - actancial. El punto de vista documental: de observación; de intervención. Testimonio y entrevista. La construcción de realidad a partir de relato de no ficción. Producción audiovisual: Administración de recursos. Cronograma y plan de rodaje. Locaciones y diseño de planta.

11 Realización I: Composición visual.

Dispositivos de registro: cámara fotográfica digital. Resolución de registro. Exposición: concepto. Variables de exposición: velocidad de obturación; abertura de diafragma; sensibilidad ISO. Temperatura color. Balance de blancos. Distancia focal. Iluminación y técnicas.

Diseño gráfico. Herramientas de retoque de imagen: Pixrl - Adobe Photoshop - Adobe Illustrator. Aplicaciones: Lightroom. Adobe Capture. Herramientas de administración de imágenes: Pícase 3.9. Adobe Bridge. Google Fotos. Formatos de archivos de imágenes. Poder resolutivo: DPI. Aplicaciones de conversión. on/off line. Aplicaciones en línea: Canva; Fotor; Befunky.

12 Realización II: Composición sonora.

Dispositivos de registro: micrófonos (clasificación): dinámicos, de condensador. Tipo de captación: directividad (omnidireccional, unidireccional, cardioide). Alámbricos e inalámbricos. Micrófonos incorporados: de cámara, de celular. Acustización de ambiente. Auriculares. Consola de mezcla.

Herramientas de edición de audio: Audacity. Sony Vegas. Edición mono y multipista. Configuración de frecuencia y compresión. Efectos. Formatos de archivos de sonido. Aplicaciones de conversión. on/off line. Almacenamiento y distribución en la nube: SoundClouds, Google Play música; Spotify; Anchor. Diseño y realización de piezas sonoras: spot radial - podcast - pastilla informativa - ficción radial

13 Realización III: Relatos audiovisuales

Dispositivos de registro: cámara de video. Resolución de entrada. Configuración de grabación: balance de blancos. Nivel de resolución de imagen de captura. Rango dinámico. Temperatura color. Velocidad de obturación. Luminancia. Volumen de la información: profundidad del color; fotogramas por segundo. Archivos de video: Codecs, formatos y contenedores. Compresión con pérdida y sin pérdida de información. Dispositivo de almacenamiento: HDD; tarjetas SD.

Herramientas de edición de video: Adobe Premiere. Funciones de titulación y secuencias animadas. Interacción con aplicaciones de diseño gráfico y sonoro. Formatos de archivos de video. Aplicaciones de conversión. on/off line. Almacenamiento y distribución en la nube: Youtube; Vimeo
Diseño y realización de producciones audiovisuales: video spot - anuncios - microdocumentales.

14 Realización IV: Diseño de sitios

Blog y página web. Características y diferencias. Estándares y pautas para su diseño. Plan y estructura de contenidos. Elementos claves de diseño: responsividad, escalabilidad textual, tipografía, velocidad de carga. Medios digitales y diseño multipantalla. Proceso SEO y motores de búsqueda. Herramientas de diseño: Wordpress - Wix - WebFlow - Templated. Adobe Creative Cloud: Dreamweaver.

Trabajo integrador multimedia: proyecto comunicacional en donde convergen el uso de los lenguajes y recursos apropiados en las asignaturas cursadas en instancias anteriores.

15 Funcionamiento y configuración de las redes sociales.

Red social: concepto. Funciones: crear, compartir, alojar, medir, organizar y colaborar. Aplicaciones: Facebook; Instagram; Twitter; Youtube; Vimeo. Configuración de perfiles y privacidad. Herramientas para administrar redes sociales: Hootsuite. Herramientas de curación de contenidos: Feedly; Pocket. Herramientas de difusión de contenidos: BlogsterApp; Metricool; Social Media Poster; BuzzSumo. Posicionamiento en motores de búsqueda. Herramientas de monitorización de redes sociales: Hootsuite; Social Mention.

16 Aplicaciones virtuales interactivas.

Email marketing. Encuestas on-line: Typeform. Foros. Inbound marketing. Llamadas de atención y técnicas de landing pages. Análisis de datos y estadísticas en redes: Likealyzer - Google Analytics. Herramientas de seguimiento: Crowdfire; Unfollowers. Herramientas de interacción con el usuario: SocialBakers; Sprout Social

17 Problemas de historia del siglo XX

La herencia del siglo XIX: el legado de las revoluciones burguesas y la revolución industrial. El nuevo ritmo de la economía. El reparto del mundo. Las principales corrientes ideológicas: el liberalismo, el nacionalismo y el socialismo. El mundo de entreguerras: las guerras mundiales. La revolución rusa y los avatares de las URSS hasta 1945. Los fascismos y el Holocausto. América Latina y la Argentina desde la modernización hasta 1945. La Guerra Fría: enfrentamiento Este-Oeste.

18 Introducción a la problemática del mundo contemporáneo.

El mundo contemporáneo. Espacio y tiempo. La inserción social. Trabajo Tecnología y sociedad. Información y conocimiento. Universidad y crisis. Educación y sociedad. Política y movimientos sociales. La identidad nacional. Integración y perspectivas. Nuestra universidad. Vocación y orientación.

21 Cultura Contemporánea

El concepto de cultura. La concepción descriptiva y la concepción semiótica de la cultura. La proximidad y la ajenidad cultural en el contexto actual. La crisis de los paradigmas polares en el análisis de la cultura y la reformulación del concepto clásico de identidad. La dimensión de la globalización. Cultura – Ciudad. La tensión global – local. Lugares y no lugares. Los muros de la ciudad: segregación espacial y fractura social. Espacio urbano y construcción de la otredad. Cultura y sujeto. Cultura de consumo y postmodernidad.

22 Planificación y transmisión de eventos en plataformas digitales.

Eventos en plataformas digitales: categorías. Modalidades del evento en vivo. Diseño del evento en vivo: modelo ADDIE. Tipos y características de eventos en vivo. Promoción de eventos a través de redes sociales. Web del evento. Streaming: generalidades. Codificación- transcodificación. Adquisición de la señal de transmisión. Requerimientos técnicos. Programas de transmisión: Meet; Zoom; StreamYard. Programas de operación de evento vivo: OBS; Wirecast; X Split. Test de emisión. Producción del evento. Programas de Transmisión multiplataformas: plugin Multiple RTMP; Restream; Estadísticas y análisis.

23 Cuestiones de Sociología, Economía y Política

El conocimiento de lo social. Conceptos y categorías básicas acerca de lo social. Origen histórico de las ciencias sociales. Origen histórico de la sociología clásica. Principales problemas y condiciones que la hacen posible. Conceptos y categorías básicas acerca de lo social. El materialismo histórico. Orígenes y antecedentes. El Estado. La ideología. El modo capitalista de producción. Plusvalía y acumulación. Las crisis cíclicas. El cambio social. La estratificación social. La enajenación. Estructura social capitalista. Cambio estructural y políticas sociales en Argentina.

11 Cuadro de síntesis de la Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Digitales.

1er. AÑO						
1er CUATRIMESTRE						
Código	Asignaturas	Carga horaria		Cuatrim/ anual	Actividades correlativas	Regular/ libre
		Semanal	Total			
15	Nuevos paradigmas de la comunicación virtual.	6	96	C	---	R/L
1	Estudio del marco social - cultural de las comunidades y organizaciones.	6	96	C	---	R/L
2	Consumos culturales y tendencias.	5	80	C	---	R
20	Cultura contemporánea	4	64	C	---	R
2do CUATRIMESTRE						
Código	Asignaturas	Carga horaria		Cuatrim/ anual	Actividades correlativas	Regular/ libre
		Semanal	Total			
7	Redacción y géneros.	4	64	C	---	R
8	La imagen fotográfica y su lenguaje.	5	80	C	---	R
6	Planificación estratégica de la comunicación I: Diagnóstico situacional y plan estratégico	6	96	C	---	R
11	Realización I: Composición visual	4	64	C	---	R

2do. AÑO						
3er CUATRIMESTRE						
Código	Asignaturas	Carga horaria		Cuatrim / Anual	Actividades correlativas	Regular / Libre
		Semanal	Total			
16	Funcionamiento y configuración de las redes sociales	6	96	C	---	R/L
9	Lenguaje y composición sonora.	6	96	C	---	R
4	Planificación estratégica de la comunicación II: Monitorización y evaluación de procesos.	6	96	C	Planificación estratégica de la comunicación I: Diagnóstico situacional y plan estratégico	R
12	Realización II: Composición sonora.	4	64	C	---	R
23	Cuestiones de Sociología, Economía y Política	4	64	C	---	R
4to CUATRIMESTRE						
Código	Asignaturas	Carga horaria		Cuatrim/ anual	Actividades correlativas	Regular/ libre
		Semanal	Total			
17	Aplicaciones virtuales interactivas.	6	96	C	Funcionamiento y configuración de las redes sociales	R/L
10	Lenguaje audiovisual, géneros y técnicas de producción.	6	96	C	La imagen fotográfica y su lenguaje y Lenguaje y composición sonora.	R
5	Realización III: Relatos audiovisuales	4	64	C	Realización I: Composición visual y Realización II: Composición sonora	R
13	Problemas de historia del siglo XX	4	64	C	---	R
18	Inglés Nivel I	2	32	C	---	R/L

3er. AÑO						
5to CUATRIMESTRE						
Código	Asignaturas	Carga horaria		Cuatrim/ anual	Actividades correlativas	Regular/ libre
		Semanal	Total			
6	Narrativa digital: Multimedia y transmedia. Interactividad.	6	96	C	---	R
18	Introducción a la problemática del mundo contemporáneo.	4	64	C	---	R
22	Planificación y transmisión de eventos en plataformas digitales.	4	64	C	---	R
20	Inglés Nivel II	2	32	C	Inglés: Nivel I	R/L
14	Realización IV: Diseño de sitios	4	64	C	Realización I: Composición visual, Realización II: Composición sonora y Realización III: Relatos audiovisuales	R
Carga horaria total de la carrera		1728 horas totales				