

sílabo

PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

I. Datos Informativos

Código	: 2014008
Carrera	: Comunicación, Comunicación Audiovisual y Cine, Comunicación y Publicidad Transmedia, Comunicación e Imagen Corporativa, Comunicación y Periodismo.
Semestre	: 2019-I
Ciclo	: 1° Ciclo
Categoría	: Formación Básica
Créditos	: 04
Pre-requisito	: Ninguno
Docentes	: Gabriel Castro, Jhonnattan Arriola, Patricia Robles

II. Sumilla

Esta asignatura de formación básica, tiene como objetivo introducir al alumno en la creación, redacción, producción y gestión de contenidos para medios masivos y digitales, escritos de forma clara, coherente y aplicables a diversos mensajes en función de medios, públicos y objetivos, respetando las normas idiomáticas, gramaticales y de sintaxis. Debido a su naturaleza, es un curso teórico y práctico.

La creación de contenidos es esencial para lograr una comunicación efectiva. Los comunicadores desde el principio de su carrera deben perfeccionar sus capacidades de investigación, análisis, redacción, recopilar, resumir y redactar textos breves que describan, expliquen y desarrollen un tema particular a través de artículos que se producen, editan y corrigen en forma colaborativa y transmedia.

El curso pretende reproducir las tareas de un área o agencias creativas, para provocar el desarrollo de contenido específicos, sean audiovisuales o digitales, al tiempo en que se elaboran estrategias creativas y procesos de comunicación digital, generando habilidades en la publicación de contenidos digitales innovadores e interactivos, en diversos formatos y para su distribución en diversos canales de comunicación o plataformas digitales.

III. Competencias

▪ General:

- Reflexionar sobre la producción y gestión de contenidos en distintos medios y formatos digitales, a partir de las plataformas digitales y transmedia, explorando sus posibilidades expresivas, estéticas y comunicativas, tanto desde el lenguaje hablado, escrito y gráfico, como del visual y del audiovisual, usando técnicas y herramientas interactivas.

▪ Específicas:

- Afirmar y adquirir capacidades de lectura, análisis y redacción creativa.
- Desarrollar destrezas para producir contenidos y diseñar productos digitales y transmedia storytelling.
- Comprender los procesos creativos y de investigación para la producción de contenidos a través de plataformas transmedia.
- Analizar la realidad nacional para la producción de contenidos en distintas plataformas.

IV. Contenidos

1ª Semana

- Importancia de la lectura y la redacción.
- La redacción como procedimiento para ordenar y plantear ideas.
- Técnicas de redacción: De la pirámide invertida a la escritura para la web.
- Práctica dirigida.

2ª Semana

- Introducción a los contenidos digitales y las herramientas web.
- La convergencia digital. Los proyectos multimedia y transmedia.
- Casos de productos originales para medios tradicionales y para la web.
- El plan de comunicación digital.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Las redes sociales como parte de la estrategia de comunicación para construir imagen.
- Las redes sociales y su utilización en los medios de comunicación.
- El consumo en la web: el consumidor, el prosumer y el fan.

4ª Semana

- Gestión de una comunidad digital.
- De la conversación a la conversión.
- La importancia de la personificación de marca.

5ª Semana

- Conceptos clave de creación y publicación de sitios web.
- ¿Cómo Redactar para Google?

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Uso de blogs y sus posibilidades con diversas herramientas como Blogger y Wordpres.
- Youtube y la nueva tendencia de los videoblogs.

7ª Semana

- Los formatos básicos: Entrevista, making, magazín, ficción, spot publicitario, webcams temáticas, formatos 2.0, streaming.

8ª Semana - Examen Parcial + Clase

- El cine nacional y sus principales inspiraciones internacionales.
- Los Comics como elementos de comunicación.

9ª Semana

- Textos y estrategias virales
- Textos y estrategias de esponsorización
- Producción audiovisual, redactar pensando en imágenes.

10ª Semana

- Fuera del canal: Festivales, institutos, universidades, congresos y conferencias.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- La creatividad como proceso.
- Técnicas de redacción en formatos tradicionales y digitales.
- La metodología del Design Thinking aplicada a producción de contenidos.

12ª Semana

- La evolución de los géneros narrativos.
- Estructura de guiones de ficción.
- Prosa moderna, redacción hipervinculada.
- Novelas, juegos y películas transmedia.

13ª Semana

- Guiones y maquetación de contenidos digitales.
- Diseño y producción de piezas audiovisuales.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Técnicas de observación e investigación para la producción de contenidos.
- La evolución de la televisión de la prensa y televisión peruana, sus fuentes de inspiración actual y su tendencia futura.

15ª Semana

- Redacción Publicitaria.
- La importancia del concepto central creativo.

16ª Semana – Examen Final

V. Metodología

- Habilidad para el uso adecuado de herramientas en las diferentes fases del proceso
- Dominio de las técnicas de creatividad de contenidos multimedia
- Capacidad y manejo de técnicas diferenciales entre los diferentes procesos
- Ejercicios de producción de contenidos
- Exposición con presentaciones multimedia
- Ejercicios prácticos en clase y campo
- Trabajo en equipo y colaborativo.

VI. Actividades de investigación formativa

La experiencia curricular del curso atiende al proceso de investigación formativa a través de la elaboración de una investigación que sustente la producción de contenidos que se presentará en el examen final.

VII. Evaluación:

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase.

El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Examen parcial (30%)
- Evaluación Continua (40%) → Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%)
- Examen Final (30%)

Los resultados de la evaluación CONTINUA 4 se entregarán y publicarán en paralelo a los resultados del Examen Final.

VIII. Fuentes bibliográficas:

N ^a	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	EBSCO: Art Source	Alberich-Pascual, Jordi; Gómez-Pérez, Francisco-Javier (2016). Exploraciones transmedia en la creación cinematográfica colaborativa iberoamericana contemporánea. Artnodes, Issue 18, p28-36, 9p. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=11&sid=24ae2a58-0b68-46c4-b87b-469b68b03090%40sessionmgr102&hid=123

2	EBSCO: Art Source	Sánchez-Mesa, Domingo; Alberich-Pascual, Jordi; Rosendo, Nieves (2016). Narrativas transmediales. Artnodes, Issue 18, p2-7, 6p. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=24ae2a58-0b68-46c4-b87b-469b68b03090%40sessionmgr102&hid=123
3	Repositorio UCAL	Gutiérrez Olórtegui, Mario (2002). La televisión en la era digital: La interactividad del futuro cercano. Recuperado de: http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/164
4	EBSCO: Art Source	LEVATO, Vanini (2013). Redes Sociales, lenguaje y tecnología Facebook. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, Vol. 14 Issue 45, p65-77, 13p. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=ccd296d4-b823-4673-b27e-7a5c82146214%40sessionmgr120&hid=123
5	302.2/L83	LUCAS MARÍN, Antonio (2009). La nueva comunicación. Madrid: Trotta.
6	468/M26	VIVALDI, Gonzalo Martín (2008). Curso de redacción: teoría y práctica de la composición y del estilo. Madrid: Paraninfo.
7	302.234/B83	BRIGGS, Asa (2006). De Gutenberg a internet: Una historia social de los medios de comunicación. Madrid: Santillana Ediciones.

Fuentes complementarias

EÍTO-BRUN, Ricardo (2013). Gestión de contenidos. Editorial UO, Madrid.

SASTRÓN MARTÍN, Juan Ignacio (2015). Apuntes de la Gestion de Contenidos y Produccion Informativa. Editorial Fragua, Madrid.

ZACAULA, Frida, ROJAS Elizabeth y VITAL, Alberto. (1999). Lectura y redacción de textos. Ed.Santillana Editores. Madrid.

ooo