

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS DE CURSOS PARA EL PROGRAMA DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA GRATUITA PARA ESTUDIANTES Y ACTUALIZACIÓN CONTINUA PARA GRADUADOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

1) TÍTULO DE LA PROPUESTA

Herramientas Digitales para comunicar en la web

2) PALABRAS CLAVES

Medios, internet, redes sociales, formatos digitales, inteligencia artificial, seguridad de datos.

3) PÚBLICO DESTINATARIO (caracterice el público al cual va dirigida la propuesta)

Personas interesadas en tener un acercamiento a los fundamentos de la comunicación digital, y de algunos aspectos técnicos de la misma, y a algunas de las herramientas disponibles para ejercerla. El enfoque será abordado desde una perspectiva inicial, por lo que no es necesario tener conocimientos previos.

Lo ideal sería que las personas que participen cuenten con una notebook.

4) CUPO

Mínimo: 10

Máximo: 35

5) FUNDAMENTACIÓN – PERTINENCIA - PERSPECTIVA TEÓRICA:

Este curso teórico práctico busca introducir algunas de las herramientas del sistema de medios digitales, así como presentar algunos debates sobre la perspectiva de la profesión en el contexto de la inteligencia artificial.

6) OBJETIVOS

Generales:

- Abordar el contexto de los medios digitales.
- Abordar las herramientas disponibles para generar comunicación en el entorno digital.
- Abordar los debates actuales sobre tecnología, desarrollo y comunicación.

Específicos:

- Abordar información sobre el contexto actual de los medios digitales.
- Abordar información sobre las tendencias actuales de consumo de información.
- Abordar debates sobre el rol de la comunicación en este contexto.
- Abordar debates sobre cómo interviene esta realidad la inteligencia artificial.



- Abordar debates sobre qué son los datos digitales, cuál es su valor y cómo podemos protegerlos.

7) CONTENIDOS – PROGRAMA

- Medios Digitales
 - Contexto y tendencias.
 - Formatos digitales.
 - Herramientas para construir medios digitales.
- Inteligencia artificial
 - Contexto y tendencias.
 - Herramientas y abordajes para la comunicación.
- Datos digitales
 - Reconocimiento y toma de valor.
 - Herramientas de protección de datos.

8) METODOLOGÍA PREVISTA PARA LA CAPACITACIÓN:

Las clases se dividirán en tres instancias de una hora aproximadamente. En la primera se realizará el abordaje teórico y presentación de los temas, en la segunda se realizará una actividad práctica y en la tercera se realizará la instancia de *feedback* y debate sobre el módulo.

9) PLAN DE TRABAJO/ CRONOGRAMA

MODULO	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
Medios Digitales: Tendencias, Formatos y Algoritmos	Abordamos debates para comprender el contexto y el medio virtual: ¿Qué es internet y cómo funciona? ¿Cómo nos informamos? ¿Qué formato de noticias consumimos? ¿Cuáles son los mayores desafíos? ¿Qué es un medio digital?	Generar el <i>brief</i> / propuesta para generar un medio digital y producir una pieza de información para ese medio.
Medios Digitales: Herramientas	Abordamos herramientas para crear diferentes medios digitales según el formato.	Crear un <i>newsletter</i> o un portal de noticias y publicar el contenido producido en la actividad anterior.



Averigüemos qué es la Inteligencia Artificial	Abordamos debates actuales: ¿Qué es la inteligencia artificial y cómo funciona? ¿Cómo podemos convertirla en una herramienta potente para comunicar? ¿Qué desafíos nos plantea?	Utilizamos herramientas de Inteligencia Artificial para editar la información publicada.
Descubramos qué datos digitales tienen valor y cómo cuidarlo.	Abordamos debates sobre el valor de los datos digitales y algunas herramientas que permiten protegerlos.	Revisamos algunas herramientas para generar un mayor cuidado de datos.

10) EVALUACIÓN (si la tuviera)

No posee evaluación.

11) BIBLIOGRAFÍA:

- Digital News Report 2024
Reuters Institute / University of Oxford - <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/dnr-resumen-ejecutivo>
- Bond Internet Trends 2019
Mary Meeker - <https://www.bondcap.com/report/itr19/#view/title>
- Has fashion Substack hit its saturation point?
Madeleine Schulz - <https://www.voguebusiness.com/story/fashion/has-fashion-substack-hit-its-saturation-point>
- Informes CAAM Inversión Publicitaria
Cámara Argentina de Agencias de Medios - <https://agenciasdemedios.com.ar/informes-caam-inversion-publicitaria/>

12) RECURSOS TECNOLÓGICOS E INFRAESTRUCTURA REQUERIDA

Computadora con conexión a internet y Proyector.

Lo ideal sería que las personas que participen cuenten con una notebook o que realicemos la clase en un aula que cuente con las mismas.

13) CARGA HORARIA TOTAL DE LA PROPUESTA: 20 hs

DÍAS Y HORARIOS DISPONIBLES PARA LAS CLASES



Jueves de 18a 21

14) Conformación del equipo capacitador: *(los capacitadores deberán acreditar antecedentes académicos, profesionales, artísticos, entre otros, pertinentes al área que se propone dictar.)*
Adjuntar al presente formulario CV de los capacitadores


Lic. LUCIO NEGRELLO
COMUNICADOR SOCIAL





Universidad Nacional de Córdoba
2025

**Hoja Adicional de Firmas
Informe Gráfico**

Número:

Referencia: Programa del Curso Herramientas Digitales Para Comunicar en la Web EX-2025-00750898-

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 4 pagina/s.