

mallá curricular ciclo 1

abril - junio

	contenidos	semanas	docentes	créditos carga horaria
Seminario 1 Cultura digital. Base teórica para comprender una época	La comunicación en la era digital. Comunicación de y para las masas. Términos, conceptos y procesos más importantes. La comunicación en la postmodernidad. Consumo cultural, producción cultural y comercialización de la imagen y los valores en internet. Mass Media. Los medios como poder, las masas como público. La industria cultural, la manipulación y la libertad de expresión y criterio.	4	Dr. Alejandro Cortázar	3 créditos 48 hs
Seminario 2 Comunicación y DDHH. Deconstrucción de lo público y lo privado en medios sociales digitales	Aspectos conceptuales de los DDHH. Normativa internacional, regional y nacional asociada. Condicionamientos sociales, económicos y políticos en el acceso a la comunicación y la cultura. Derechos conexos: Libertad de expresión y regulación de medios. Derecho al acceso a la información. Los derechos en las redes sociales. Del selfie al ciberbullying.	4	Mag. Valeria España	3 créditos 48 hs
Seminario 3 Comunicación y políticas públicas. La construcción de la opinión pública	Políticas públicas y nuevas tecnologías de la información y comunicación. Desafíos de las políticas públicas en la era de millennials y generación z. Comunicar ideas a través de soportes digitales. Experiencias de éxito en el posicionamiento de políticas públicas en la región.	4	Mag. Soledad Magnone	3 créditos 48 hs

mallla curricular ciclo 1

abril - junio

	contenidos	semanas	docentes	créditos carga horaria
Seminario 1 Cultura digital. Base teórica para comprender una época	La comunicación en la era digital. Comunicación de y para las masas. Términos, conceptos y procesos más importantes. La comunicación en la postmodernidad. Consumo cultural, producción cultural y comercialización de la imagen y los valores en internet. Mass Media. Los medios como poder, las masas como público. La industria cultural, la manipulación y la libertad de expresión y criterio.	4	Dr. Alejandro Cortázar	3 créditos 48 hs
Seminario 2 Comunicación y DDHH. Deconstrucción de lo público y lo privado en medios sociales digitales	Aspectos conceptuales de los DDHH. Normativa internacional, regional y nacional asociada. Condicionamientos sociales, económicos y políticos en el acceso a la comunicación y la cultura. Derechos conexos: Libertad de expresión y regulación de medios. Derecho al acceso a la información. Los derechos en las redes sociales. Del selfie al cyberbullying.	4	Mag. Valeria España	3 créditos 48 hs
Seminario 3 Comunicación y políticas públicas. La construcción de la opinión pública	Políticas públicas y nuevas tecnologías de la información y comunicación. Desafíos de las políticas públicas en la era de millennials y generación z. Comunicar ideas a través de soportes digitales. Experiencias de éxito en el posicionamiento de políticas públicas en la región.	4	Mag. Soledad Magnone	3 créditos 48 hs

mallla curricular ciclo 2

julio - noviembre

	contenidos	semanas	docentes	créditos carga horaria
Seminario 4 Comunicación para la inclusión y la diversidad. Género, raza y cultura popular	Definición cultural de la diversidad. Comunicar una idea = Comunicar un producto. Género, raza y cultura popular en plataformas digitales. Principios para comunicación inclusiva en plataformas digitales.	4	Mag. Ivanna Cestau	3 créditos 48 hs
Seminario 5 Nuevas dimensiones de los medios de comunicación. La prensa alternativa, la nueva televisión	El/la usuario/a digital y el consumo. Surgimiento de medios de comunicación alternativos. Los nuevos medios en la creación de imaginarios sociales. La viralización de la noticia, fakenews, manipulación y construcción de estereotipos. El periodismo independiente y la construcción colectiva de la noticia. El podcast y el streaming, YouTube como ecosistema cultural.	4	Mag. Sebastián Auyanet	3 créditos 48 hs
Seminario 6 Diseño de Campañas (con énfasis en Bien Público). Mensajes en soportes digitales y redes sociales	Marketing digital – La quinta P, Zmot (momento cero de la verdad), mapa del consumidor y funnel de conversión. Lo público para el Marketing. El bien público como producto. Briefing, definiendo el camino. Diseño de campaña. Diseño de storytelling enfocado en valores. Pautas de comunicación de bien público. Tonos, matices, mensaje, slogan, imagen, sonido. Evaluación del impacto de la campaña de bien público.	4	Mag. Fernanda Aricceta Mag. Gonzalo López	3 créditos 48 hs
Seminario 7 Herramientas para la gestión y análisis en redes sociales	Creación de perfiles en redes sociales. Gestión de contenido. Definición de los públicos, usuarios, consumidores. La imagen en redes sociales. Facebook live. Instagram, Snapchat, LinkedIn, Twitter. Mensaje perdurable en soporte efímero.	4	Mag. Renata Cabrales	3 créditos 48 hs
Seminario 8 Comunicación política en tiempos digitales	Comunicación política. Comunicación y poder. El poder político en tiempos digitales.	4	Mag. Julián Kanarek Mag. Damián Payotti	3 créditos 48 hs

Entrega final Diplomado - Diciembre

mallla curricular ciclo 1

abril - junio

	contenidos	semanas	docentes	créditos carga horaria
Seminario 1 Cultura digital. Base teórica para comprender una época	La comunicación en la era digital. Comunicación de y para las masas. Términos, conceptos y procesos más importantes. La comunicación en la postmodernidad. Consumo cultural, producción cultural y comercialización de la imagen y los valores en internet. Mass Media. Los medios como poder, las masas como público. La industria cultural. la manipulación y la libertad de expresión y criterio.	4	Dr. Alejandro Cortázar	3 créditos 48 hs
Seminario 2 Comunicación y DDHH. Deconstrucción de lo público y lo privado en medios sociales digitales	Aspectos conceptuales de los DDHH. Normativa internacional, regional y nacional asociada. Condicionamientos sociales, económicos y políticos en el acceso a la comunicación y la cultura. Derechos conexos: Libertad de expresión y regulación de medios. Derecho al acceso a la información. Los derechos en las redes sociales. Del selfie al cyberbullying.	4	Mag. Valeria España	3 créditos 48 hs
Seminario 3 Comunicación y políticas públicas. La construcción de la opinión pública	Políticas públicas y nuevas tecnologías de la información y comunicación. Desafíos de las políticas públicas en la era de millennials y generación z. Comunicar ideas a través de soportes digitales. Experiencias de éxito en el posicionamiento de políticas públicas en la región.	4	Mag. Soledad Magnone	3 créditos 48 hs

mallla curricular ciclo 2

julio - noviembre

	contenidos	semanas	docentes	créditos carga horaria
Seminario 4 Comunicación para la inclusión y la diversidad. Género, raza y cultura popular	Definición cultural de la diversidad. Comunicar una idea = Comunicar un producto. Género, raza y cultura popular en plataformas digitales. Principios para comunicación inclusiva en plataformas digitales.	4	Mag. Ivanna Cestau	3 créditos 48 hs
Seminario 5 Nuevas dimensiones de los medios de comunicación. La prensa alternativa, la nueva televisión	El/la usuario/a digital y el consumo. Surgimiento de medios de comunicación alternativos. Los nuevos medios en la creación de imaginarios sociales. La viralización de la noticia, fakenews, manipulación y construcción de estereotipos. El periodismo independiente y la construcción colectiva de la noticia. El podcast y el streaming, YouTube como ecosistema cultural.	4	Mag. Sebastián Auyanet	3 créditos 48 hs
Seminario 6 Diseño de Campañas (con énfasis en Bien Público). Mensajes en soportes digitales y redes sociales	Marketing digital – La quinta P. Zmot (momento cero de la verdad), mapa del consumidor y funnel de conversión. Lo público para el Marketing. El bien público como producto. Briefing, definiendo el camino. Diseño de campaña. Diseño de storytelling enfocado en valores. Pautas de comunicación de bien público. Tonos, matices, mensaje, slogan, imagen, sonido. Evaluación del impacto de la campaña de bien público.	4	Mag. Fernanda Aricceta Mag. Gonzalo López	3 créditos 48 hs
Seminario 7 Herramientas para la gestión y análisis en redes sociales	Creación de perfiles en redes sociales. Gestión de contenido. Definición de los públicos, usuarios, consumidores. La imagen en redes sociales. Facebook live, Instagram, Snapchat, LinkedIn, Twitter. Mensaje perdurable en soporte efímero.	4	Mag. Renata Cabrales	3 créditos 48 hs
Seminario 8 Comunicación política en tiempos digitales	Comunicación política. Comunicación y poder. El poder político en tiempos digitales.	4	Mag. Julián Kanarek Mag. Damián Payotti	3 créditos 48 hs

Entrega final Diplomado - Diciembre

mallla curricular ciclo 3

marzo - diciembre

	contenidos	semanas	docentes	créditos carga horaria	
Unidad optativas y electivas					
Mención Gestión Institucional	Seminario 9 Gestión Institucional de la comunicación en tiempos digitales	Comunicación institucional. Cultura organizacional. Comunicación interna y externa. Comunicación de crisis. Identidad e imagen corporativa en organizaciones públicas.	4	Mag. Fernanda Aricceta	3 créditos 48 hs
	Seminario 10 Electivo (se cursa únicamente 1)	Se ofertan variantes en dependencia de la demanda y disponibilidad docente) <ul style="list-style-type: none"> Gestión de Marcas Relaciones Públicas Democracia y Gobierno: Estado, Políticas Públicas y niveles de gobierno (Maestría en Género y Políticas de Igualdad - FLACSO Uruguay) 	4		3 créditos 48 hs
Mención Gestión de Contenidos	Seminario 09 Marketing de Contenidos en tiempos digitales	El contenido en soportes digitales. Narrativas transmedia. Análisis de discurso en tiempos digitales.	4	Mag. Sebastián Auyanet	3 créditos 48 hs
	Seminario 10 Electivo (se cursa únicamente 1)	Se ofertan variantes en dependencia de la demanda y disponibilidad docente) <ul style="list-style-type: none"> Análisis de discurso Comunicación Digital e industrias creativas Análisis de las prácticas de consumo y producción audiovisual en niños y jóvenes (Maestría Cineeduca – FLACSO Uruguay) 	4		3 créditos 48 hs
Unidad Metodológica					
Unidad Metodológica (común)	Seminario Metodológico 1 Iniciación a la investigación	El problema de investigación. Objetivos. Hipótesis. Selección de un paradigma de investigación. Estructura de una tesis.	4	Dra. Jeisil Aguilar	3 créditos 48 hs
	Seminario Metodológico 2 Marco teórico conceptual y metodológico	Revisión bibliografía. Métodos teóricos o de pensamiento. Niveles de investigación. Elaboración de instrumento.	4	Mag. Lebrak Diez	3 créditos 48 hs
	Seminario Metodológico 3 Trabajo de Campo y Análisis de resultados	Muestreo Aplicación de instrumentos Procesamiento estadístico	4	Mag. Laura Silva	3 créditos 48 hs
	Taller Metodológico 1 Diseño teórico Metodológico	Diseño teórico Metodológico	4	Tutore/as	3 créditos 48 hs
	Taller Metodológico 2 La argumentación científica y metodológica de una tesis	Capítulo Teórico Capítulo Metodológico	4	Dr. Alejandro Gortázar	3 créditos 48 hs
	Taller Metodológico 3	Capítulo Análisis de resultados Capítulo metodológico	4	Tutore/as	3 créditos 48 hs
	Taller de Tesis 1 Defensa del Diseño Teórico Metodológico de la tesis	Diseño teórico Metodológico	4	Tutore/as	3 créditos 48 hs
	Taller de Tesis 2 Defensa del Marco Conceptual	Marco Conceptual Categorías conceptuales Análisis teórico	4	Tutore/as	3 créditos 48 hs
	Taller de Tesis 3 Pre-defensa	Pre-defensa de la tesis en tribunal	4	Tutore/as	3 créditos 48 hs
	Unidad Metodológica				