



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: PRACTICAS PRE-PROFESIONALES II / CMS

Código: FLC0363

Paralelo:

Periodo : Marzo-2017 a Julio-2017

Profesor: NEGRETE MARTINEZ NANCY ELIZABETH

Correo electrónico nnegrete@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura de Prácticas pre-profesionales II, está relacionada con la necesidad que tiene la Escuela de Comunicación Social, de que los alumnos que ya cumplieron los requisitos previos como haber aprobado cierto número de materias correlacionadas con las áreas de: Publicidad, Comunicación organizacional, Redacción periodística, Publicidad Radial y Televisiva, Cultura y comportamiento Organizacional, Organización de eventos, etc., puedan realizar sus prácticas, en varias empresas que mantienen relaciones con la Universidad del Azuay.

Lo que se pretende es incentivar en los alumnos a ser creativos y a buscar sus propios espacios en donde demuestren que están capacitados para desarrollar un trabajo de forma semi-profesional en las áreas que se determinan en esta asignatura. Cubrir esos vacíos teóricos y que en la práctica demuestren todo su potencial. En otras palabras hay que aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en las aulas universitarias a la vida de las organizaciones, tanto en las buenas relaciones con los públicos, la solución de problemas, así como para el crecimiento y desarrollo organizacional.

Luego de haber recibido las suficientes materias básicas en los cursos anteriores en donde conocieron como es la planificación, la investigación y los logros que consiguieron en su formación académica, ahora tienen que demostrarlo llevando esos criterios a los campos específicos y de práctica, en este último ciclo de la carrera con la materia de prácticas II, la misma que cierra el círculo de aprendizaje en la formación para cumplir con el perfil de egreso de la carrera.

3. Contenidos

01.	Comunidades Virtuales
01.01.	Web. 2.0 comunidades y redes sociales (1 horas)
01.02.	Social Media: crecimiento de las redes sociales en América Latina y el mundo (1 horas)
01.03.	Mediamorfosis (1 horas)
02.	Redes Sociales
02.01.	Evolución y tipos de redes sociales (2 horas)
02.02.	Estrategias de posicionamiento y contenidos en redes sociales (4 horas)
02.03.	La netiqueta (1 horas)
02.04.	Marketing en redes sociales (2 horas)
02.05.	Línea de comunicación: cómo escribir en internet (2 horas)
03.	Perfil profesional y funciones del Community Manager
03.01.	Habilidades, destrezas y roles de un CM (3 horas)
03.02.	La ética del CM (1 horas)
03.03.	Herramientas básicas de gestión de un CM (2 horas)
03.04.	Las 7'cs del CM (1 horas)
04.	Reputación on line y audiencias digitales
04.01.	Presencia positiva en línea (3 horas)
04.02.	Cómo responder a las críticas (2 horas)

04.03.	Perfil de usuarios y tipos de comunidades (2 horas)
04.04.	Prosumidores (1 horas)
05.	Analítica web
05.01.	Qué es y para qué sirve la analítica web (2 horas)
05.02.	Análisis básico con Google Analytics (2 horas)
05.03.	Informes que genera un Community Manager (2 horas)
05.04.	Herramientas de medición en Facebook y Twitter (5 horas)
05.05.	Herramientas para Instagram (2 horas)
05.06.	Optimización de perfiles en LinkedIn (2 horas)
05.07.	Manejo de una red social aplicando los conceptos aprendidos (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
br. Practica las funciones de la profesión en organizaciones y medios de comunicación.	
-Aplica los conocimientos y fundamentos teórico-prácticos de la enseñanza –aprendizaje, impartidos en las aulas y laboratorios de la UDA en organizaciones.	-Informes -Prácticas de campo (externas)

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Prácticas de campo (externas)	Revisión del proyecto propuesto.	Comunidades Virtuales, Redes Sociales	APORTE 1	5	Semana: 3 (03/04/17 al 08/04/17)
Prácticas de campo (externas)	Revisión de documentación parcial y avance de prácticas.	Comunidades Virtuales, Perfil profesional y funciones del Community Manager, Redes Sociales	APORTE 2	10	Semana: 7 (02/05/17 al 06/05/17)
Prácticas de campo (externas)	Revisión total del proyecto y de la documentación	Analítica web, Reputación on line y audiencias digitales	APORTE 3	15	Semana: 12 (05/06/17 al 10/06/17)
Informes	Sustentación y entrega de la documentación	Analítica web, Comunidades Virtuales, Perfil profesional y funciones del Community Manager, Redes Sociales, Reputación on line y audiencias digitales	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)
Informes	Entrega y verificación de la documentación e informe en la fecha establecida	Analítica web, Comunidades Virtuales, Perfil profesional y funciones del Community Manager, Redes Sociales, Reputación on line y audiencias digitales	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (23-07-2017 al 29-07-2017)

Metodología

A través del aprendizaje reflexivo se busca promover la vinculación de los estudiantes a través de prácticas orientadas a proyectos comunicacionales de interés público, con escenarios internos y externos, que propendan al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad y fortalezcan valores como: solidaridad, el respeto a la diversidad cultural y el compromiso con el bien común.

Criterios de Evaluación

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
José Antonio Dorado J	Madrid: Síntesis	Protocolo, relaciones públicas y comunicación /José Antonio Dorado J	2011	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **13/03/2017**

Estado: **Aprobado**