

TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN
Modalidad Escolarizada

Programa de Estudios

Radio Televisión y Redes Sociales

NOMBRE DE LA ASIGNATURA Radio Televisión y Redes Sociales

CLAVE DE LA ASIGNATURA TAD702

CICLO SÉPTIMO TETRAESTRE

CRÉDITOS	HORAS FRENTE A DOCENTE	HORAS INDEPENDIENTES
5	48	32

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

Aprender de las herramientas comunicativas, los medios de comunicación y las tecnologías de acuerdo a las estrategias y públicos objetivos seleccionados para la construcción de significados positivos de una organización.

COMPETENCIAS:

Identificación del medio de comunicación idóneo para los fines de la organización, manejo de las etapas de producción de radio y televisión así como desarrollo de contenidos en redes sociales.

Unidades temáticas

Nombre de la unidad	
I.	Introducción a la Comunicación. Descripción de los distintos medios, analogías y diferencias
II.	Producción radiofónica y televisiva
III.	Introducción a las redes sociales
IV.	Manejo de redes sociales en la empresa

Técnica didáctica

Aprendizaje Basado en problemas	Aprendizaje basado en proyectos	Aprendizaje Colaborativo	Aprendizaje experimental	Otra
	X	X		

Estrategia de evaluación

Asigne un porcentaje a aquellos componentes que tomará en cuenta para la aprobación de la asignatura.

Componente	Porcentaje
Examen Parcial (4)	40
Examen final	30
Tareas y actividades	15
Proyectos	15
Asistencia	
Taller	
Total	100

Bibliografía

- Alvarez, Pablo; Sanguinetti, Susana y Arias Borghi, Silvana. (2016) Vocación de radio: procesos de producción. Córdoba, Argentina. Editorial Brujas.
- Bradley, Anthony (2012) La organización social: Convertir en resultados las oportunidades de las redes sociales. Estados Unidos de América. Harvard Business Review Press.
- Castelló, Araceli (2010). Estrategias empresariales en la web 2.0. Madrid, España. Editorial Club Universitario.
- Colegio 24HS (2004) Ciencia y tecnología. Madrid, España. Editorial Colegio 24HS.
- Com, Sergio; Ackerman, Sebastián Ernesto y Morel, María Paula. Introducción a la comunicación. (2011) Buenos Aires, Argentina. Ediciones del Aula Taller.
- Echeverría, Gissela (2009) Evolución de los medios de comunicación. Córdoba, Argentina. El Cid Editor
- “El Mundo” (2016) Más de 4.000 millones de personas no tienen acceso a Internet. Madrid, España. Disponible en: <http://www.elmundo.es/tecnologia/2016/01/14/569785ac268e3e73078b4633.html>
- Laundon, Kenneth (2004) Sistemas de Información Gerencial. México. Editorial Pearson Educación. Octava Edición.
- Lozano, José Carlos (2007) Teoría e investigación de la comunicación de masas. México. Editorial Pearson Educación.
- McLuhan, Marshall (1988) El medio es el mensaje: Un inventario de efectos. Madrid, España. Editorial Paidós.
- Mónaco, Ana María (2014) El ABC de la producción audiovisual: manual instructivo. Buenos Aires, Argentina. Ediciones CICCUS.

- Muñiz, Javier (2014) Community Manager: Estrategias de Gestión de Redes Sociales. Madrid, España. Editorial Alfaomega.
- Pedranti, Gabriela (2009) Introducción a la comunicación. Buenos Aires, Argentina. Editorial Maipue.
- Rojas, Pedro (2011) Community Management en una semana. Barcelona, España. Editorial Gestión 2000.
- Saavedra Bendito, Pau (2011) Los documentos audiovisuales: qué son y cómo se tratan. Gijón, ESPAÑA: Ediciones Trea.
- Sánchez, Alfonso (2008) Los contenidos de los medios de comunicación: Calidad, rentabilidad y competencia. Barcelona, España. Editorial EdiDe.
- Seoane, Eloy (2015) La nueva era del comercio. El comercio electrónico. Las TIC al servicio de la gestión empresarial. Madrid, España. Editorial Ideas Propias.
- Zayas Agüero, Pedro Manuel (2012). La comunicación interpersonal. Madrid, España. Editorial EUMED.