



UNIVERSIDAD CAECE

DEPARTAMENTO DE DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

PROGRAMA DE: TECNOLOGIA DE LA INFORMACION		
CODIGO DE LA CARRERA 109	PLAN DE LA CARRERA 10P	CODIGO ASIGNATURA 1938/10P
AÑO 4º	CUATRIMESTRE 2º	VIGENCIA 2010
CARRERA: LICENCIATURA EN PUBLICIDAD		
Nº DE RESOLUCIÓN MINISTERIAL 595/04		Nº DE RESOLUCIÓN INTERNA 747/03-603/06-690/09

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Aprendan y hagan propio el vocabulario de la asignatura.
- Comprendan las nuevas tecnologías y el cambio que incorporan en la comunicación organizacional.
- Hagan propias las nuevas herramientas tecnológicas (web 2.0)
- Desarrollen piezas de comunicación digitales.
- Comprendan la importancia de la intranet como herramienta de comunicación.

CONTENIDOS MINIMOS

El conocimiento científico y filosófico de las técnicas de información. Diagnósticos prospectivos sobre las nuevas técnicas como factor de transformación de las prácticas y discursos de los Medios. El problema de la tecnología desde una perspectiva teórica integradora, y sus incidencias en la dinámica de las relaciones entre los medios de comunicación social y las Instituciones, y en los procesos culturales.

PROGRAMA ANALITICO

Unidad. 1: Tecnologías de la información

Nociones de Información y señal. Tecnologías de Información y Comunicación. Brecha digital. La Sociedad de la Información. Innovación Tecnológica. Los comienzos de internet. Características y principios sobre los que opera. La innovación tecnológica y el signo. Nuevo paradigma en las organizaciones. Tendencias. Tipos de Redes.

Unidad 2: Web 2.0

Lo real y lo virtual. Quienes somos en la red. El signo y la imagen icónica. Equipos 2.0. Burbujas de Ocio. Comunicación y medios tradicionales. De la mercadotecnia a la mercadotecnia. Web 1.0 vs 2.0. Vivir en red, nuevos paradigmas. Las marcas en los medios sociales. El nuevo consumidor 2.0. La nueva modalidad del mensaje. Sostenibilidad. Redes Sociales. Ubicuidad. Estrategia Digital. Comunity Manager.

Unidad. 3:

Nuevos paradigmas publicitarios. Estrategia Digital. Cultura mediática. Sitios webs inteligentes. Usabilidad. Viralidad. La internet dentro de la publicidad on line. Modelos de espacios y compras. Negocios en internet. e-business / e-commerce. Search Engine Optimization. MKT del permiso vs. MKT de interrupción. El poder del e-mail MKT. Métricas en internet. Desarrollo web y web 2.0. Las empresas destacadas. Vacíos legales.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Castells, Manuel. **“La era de la información”**. Tomo I, Madrid, Alianza Editorial, 1998. Prólogo: “La red y el yo”; Capítulos I y III.
- Castells, Manuel. **“La Galaxia Internet”**. Barcelona, Ed. Areté, 2001. Cap.: “Lecciones de la Historia de Internet”.
- Zeccheto, Victorino; **“Seis semiólogos en busca del lector”**; Buenos Aires; Ediciones Ciccus-La Crujía; abril de 1999.
- Gutiérrez, Mario Pérez; **“El fenómeno de la información, una aproximación conceptual al flujo informativo”**; Madrid; Editorial Trotta; 2000. Introducción
- Arébalos A. y Alonso G. **“La Revolución Horizontal”**. Ediciones B. Cap. I, II, IV, V, VI
- Apunte de Cátedra. **¿Qué son las Tecnologías de la Información y Comunicación?**
- Apunte de Cátedra. **“Gestión de Comunidades Virtuales”**
- Van Peborgh. **“Odisea 2.0”**. *Las marcas en los medios sociales*. Editorial. Lcrj Inclusiones
- Meeker, Mary. **“La Publicidad en Internet”**. Editorial Granica. Cap. I y VI al XI
- Gomez Vieites-Suarez Rey, **“Sistemas de Información”**; Herramientas Prácticas de Gestión; Editorial Alfaomega, Cap I, III, V, VII, VIII, IX.
- Turkle, Sherry. **“La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet”**. Barcelona, Paidós Transiciones, 1997, Introducción, Cap. VII, X

METODOLOGÍA

Clases teórico-prácticas.

EVALUACIÓN: APROBACION DEL CURSADO DE LA ASIGNATURA

Aprobar un parcial.

Aprobar los trabajos prácticos áulicos.

Cumplimiento de la asistencia a clase exigido por la Universidad.

APROBACIÓN DE LA MATERIA.

Examen final: evaluación oral sobre la totalidad del programa de la materia

Cumplimiento de las normas de la Universidad respecto de la asistencia a clase

Aprobación de 1 examen parcial. El examen recuperatorio será escrito.

EVALUACION FINAL: REGIMEN DE APROBACION DE MATERIA

Aprobación de la cursada y del examen final

Examen final oral.



ANA GAMBACCINI
Directora de Departamento



MARIANA ORTEGA
Secretaría Académica