

RESOLUCIÓN DEL CONSEJO SUPERIOR Nº 07/2025

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 6 de agosto de 2025.-

VISTO:

El Decreto 189/2025 del Poder Ejecutivo Nacional que autoriza la creación y funcionamiento de la Universidad de Innovación y Tecnología (UIT); y

el Estatuto de la Universidad de Innovación y Tecnología.

Y CONSIDERANDO:

- Que en virtud de lo dispuesto por el artículo 15, inciso f) del Estatuto de la UIT, le corresponde al Consejo Superior aprobar y modificar los planes de estudio de las distintas carreras de la Universidad;
- Que se ha puesto a consideración de los miembros del Consejo Superior el plan de estudios de la *Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva*, con título intermedio *Tecnicatura Universitaria en Comunicación Digital e Interactiva*;
- Que el Consejo Superior trató y aprobó por unanimidad en su sesión del día de la fecha (**Acta Nº 1**), el plan de estudios de la *Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva*, con título intermedio *Tecnicatura Universitaria en Comunicación Digital e Interactiva*, individualizado como **ANEXO VI**.

Por ello,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD DE INNOVACION Y TECNOLOGIA

RESUELVE:

Artículo 1º.- Aprobar el plan de estudios de la *Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva*, con título intermedio *Tecnicatura Universitaria en Comunicación Digital e*

Interactiva de la Universidad de Innovación y Tecnología (UIT) que, como Anexo, se adjunta a la presente resolución.

Artículo 2°.- Regístrese, notifíquese, publíquese. Cumplido, archívese.

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke.

Mg. Santiago Aragón
Rector
Universidad de Innovación y Tecnología

A handwritten signature in black ink, featuring a prominent vertical stroke and a series of loops.

Mg. Francisco Lavolpe
Secretario
Universidad de Innovación y Tecnología

ANEXO

PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN DIGITAL E INTERACTIVA

IDENTIFICACIÓN DE LA CARRERA

Denominación de la carrera: Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva

Denominación de Título/s a otorgar:

- *Licenciado/a en Comunicación Digital e Interactiva*
- Título intermedio: *Técnico/a universitario/a en Comunicación Digital e Interactiva*

Nivel académico:

- Grado: Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva
- Pregrado: Tecnicatura Universitaria en Comunicación Digital e Interactiva

Modalidad de la carrera: presencial

Duración de la carrera en años:

- Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva: 4 años.
- Tecnicatura Universitaria en Comunicación Digital e Interactiva: 2 años.

Carga horaria total de cada título:

- Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva: 2112 h de interacción pedagógica / 249,60 Créditos de Referencia del Estudiante (CRE).
- Tecnicatura Universitaria en Comunicación Digital e Interactiva: 1152 h de interacción pedagógica / 136,96 Créditos de Referencia del Estudiante (CRE).

Unidad académica: *Departamento de Comunicación*

Localización: Don Bosco 3725/3729, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, CPRES Metropolitano.

DEFINICIONES CURRICULARES

En este apartado se presentan los principios y definiciones que constituyen el enfoque pedagógico y el modelo curricular de la Universidad de Innovación y Tecnología (UIT) como institución formadora de profesionales. Serán estos principios y definiciones las que orienten la oferta académica, los planes de estudio de pregrado y grado, las certificaciones y las titulaciones de la Universidad.

La UIT busca aportar a la consolidación de la solidaridad ética y la visión humanista de la Educación Superior en América Latina y el Caribe a partir de la búsqueda de sentido y relevancia de las prácticas de enseñanza y los procesos de aprendizaje. Esta búsqueda resulta clave en un mundo caracterizado por complejos desafíos y por el cambio acelerado y permanente.

Para eso, se fomentará el desarrollo de habilidades innovadoras en un marco de educación de excelencia que permita la puesta en práctica de saberes y valores en el ejercicio profesional, que garantice el desarrollo personal a lo largo de la vida, que contribuya en la construcción de los sectores productivos y sociales, que colabore con el cierre de brechas cognitivas, y que priorice un abordaje socialmente responsable, éticamente sustentable y ambientalmente sostenible.

Así entonces, el currículum de la Universidad de Innovación y Tecnología se sostendrá en los siguientes criterios didácticos y pedagógicos:

- El estudiantado como eje del proceso: aprendizaje profundo.
- Aprendizaje basado en competencias.
- Enseñanza a partir de experiencias formativas.
- Aprendizaje a lo largo de la vida y metacognición.
- Buenas prácticas de evaluación.
- Las TIC al servicio de la enseñanza y el aprendizaje.
- Dimensión ética y educación en la diversidad.

Al considerar las demandas actuales de diferentes entornos sociales, culturales y económicos que interpelan a la educación superior, la UIT ubica al estudiantado como

eje del proceso educativo, propone la construcción permanente de calidad, pertinencia, flexibilidad y diversificación y observa la necesidad de agilizar, facilitar y transparentar el reconocimiento de los trayectos formativos del estudiantado. Así entonces, la propuesta curricular se establece a partir de los siguientes componentes:

- Organización por ciclos
- Espacios curriculares organizados por área de conocimiento
- Sistema de Créditos Académicos enmarcado en lo indicado en las resoluciones ministeriales 2598/2023 y 556/2025 mediante las que se crea y define el Sistema Argentino de Créditos Académicos Universitarios (SACAU) y se fija al Crédito de Referencia del Estudiante (CRE) como el valor organizador.
- Certificaciones de trayectos formativos

La organización por ciclos facilita trayectos formativos de avance coherente, progresivo y de complejidad creciente. Este avance se sostiene en un esquema de correlatividades entre los ciclos.

La organización de los espacios curriculares por área de conocimiento favorece diferentes formas de estructuración de los procesos de enseñanza y de aprendizaje y considera el tipo de conocimiento abordado por cada asignatura al agruparlas a partir de la afinidad que estas tengan en virtud del campo de conocimiento del que dan cuenta y sus contenidos; de los problemas básicos que orientan distintas líneas de investigación; de los ámbitos de aplicación de sus desarrollos tecnológicos, conceptuales y teóricos, y de las profesiones y campos de desarrollo profesional para las que forman. Esta organización promueve y habilita la articulación secuencial e integral del aprendizaje al favorecer la flexibilidad y diversidad de trayectorias, el desarrollo de competencias por área de conocimiento y la pluralidad de concepciones y enfoques.

En esta organización se incluyen también espacios curriculares electivos y optativos y se curricularizan actividades de investigación, extensión, transferencia, innovación, prácticas comunitarias, prácticas laborales, actividades académicas, jornadas académicas, entre otros.

Esta organización se conecta directamente con la definición del Sistema de Créditos Académicos que propone la UIT en base a lo reglamentado en las resoluciones ministeriales 2598/2023 y 556/2025 mediante las que se crea y define el Sistema Argentino de Créditos Académicos Universitarios (SACAU) y se fija al Crédito de Referencia del Estudiante (CRE) como el valor organizador. Este sistema de créditos académicos permite:

- agilizar las innovaciones;
- reconocer competencias adquiridas en otros ámbitos;
- incluir unidades curriculares optativas y electivas;
- traducir el plan en sistema de créditos aportando claridad al estudiantado respecto del tiempo total que sus obligaciones académicas le demandarán y brindando previsibilidad a los diferentes recorridos;
- facilitar el reconocimiento de trayectos formativos y favorecer el intercambio y la movilidad del estudiantado entre distintas carreras y universidades dentro del territorio nacional;
- facilitar la comparabilidad de las titulaciones y favorecer la movilidad estudiantil y profesional a nivel internacional;
- acompañar los procesos de internacionalización de la educación superior y la creciente movilidad académica y así, posicionar a la UIT como una institución de educación superior coherente con su tiempo.

Por tal motivo, el Sistema de Créditos Académicos de la UIT se estructura según lo especificado en el SACAU. A continuación se citan los ítems 1, 2 y 4 mencionados en el Anexo I de la Resolución 556/2025:

Ítem 1. El Crédito de Referencia del Estudiante (CRE) se define como la unidad de tiempo total de trabajo académico que estimativamente dedican los estudiantes para alcanzar los objetivos formativos de cada una de las unidades y/o actividades curriculares que componen el plan de estudios. En esta unidad de tiempo se incluyen: a) las horas de docencia o interacción pedagógica docente-estudiantes, independientemente de la modalidad, incluyendo tiempo de prácticas en terreno y b) las horas de trabajo autónomo del estudiante que son adicionales a las de docencia o interacción docente-estudiantes.

Ítem 2. El valor asignado a cada CRE oscilará entre VEINTICINCO (25) y TREINTA (30) horas de trabajo total del estudiante

Ítem 4. La duración de las carreras universitarias de pregrado y grado en créditos CRE se establece de la siguiente manera:

- Carreras de Pregrado: mínimo CIENTO VEINTE (120) CRE y DOS (2) años de duración. Las horas de interacción pedagógica se establecerán en un mínimo de 1.100 horas.
- Carreras de Grado: mínimo DOSCIENTOS CUARENTA (240) CRE y CUATRO (4) años de duración. Las horas de interacción pedagógica se establecerán en un mínimo de DOS MIL CIENTO (2.100) horas.

A partir de este esquema, la UIT emitirá las siguientes certificaciones y títulos:

- Certificaciones académicas: respecto a la certificación de los trayectos formativos, la UIT tiene entre sus propuestas ofrecer certificaciones académicas que den cuenta de la diversidad y flexibilidad de los diferentes trayectos y tramos formativos que transita el estudiantado para así favorecer una mayor conexión entre el entorno académico y el entorno socio-productivo. En consecuencia, los planes de estudio de las diferentes ofertas académicas están estructurados de forma tal que la cumplimentación de cada año de estudio pueda ser certificado. En esta lógica, durante la cursada de una carrera en la UIT, el estudiantado recibirá una serie de certificaciones y títulos según corresponda.
- Títulos de pregrado: se corresponden con carreras independientes o con titulaciones intermedias de carreras de grado. Implican la aprobación del total de las asignaturas enunciadas en la malla curricular.
- Títulos de grado: corresponden a la aprobación del total de las asignaturas enunciadas en la malla curricular.

Según la especificidad de los contenidos y prácticas que implican las asignaturas de los planes de estudio, se les asigna una determinada carga horaria, por un lado, a las horas de docencia o interacción pedagógica docente-estudiantes, independientemente de la modalidad, incluyendo tiempo de prácticas en terreno y, por otro, a las horas de trabajo autónomo del estudiante que son adicionales a las de docencia o interacción docente-

estudiantes. Esta carga horaria se traduce en CRE a partir de lo pautado en las resoluciones citadas.

La construcción de los créditos académicos tiene en consideración el avance progresivo en el entramado curricular a partir de la organización por ciclos. El entramado curricular de la UIT está organizado en tres ciclos:

- Ciclo Propedéutico
- Ciclo Básico
- Ciclo Profesional

A su vez, al considerar que uno de los criterios didácticos y pedagógicos entendidos como pilares de la enseñanza y el aprendizaje en la UIT es la enseñanza a partir de experiencias formativas, el entramado curricular de las carreras incluye espacios de Práctica Profesional Supervisada, tanto para sus carreras de pregrado como para las carreras de grado. En la búsqueda del aprendizaje profundo y del desarrollo de competencias integrales en el estudiantado, la UIT entiende a la enseñanza como la generación de experiencias diversas que posibiliten y favorezcan más y mejores experiencias de aprendizaje y propicien el desarrollo de la autonomía. Estas Prácticas Profesionales Supervisadas estarán construidas en base a situaciones de la realidad y a conexiones constantes con el entorno socio-productivo local, regional y global para, de esa forma, aplicar en el proceso de enseñanza y de aprendizaje problemáticas de la futura profesión en la que se forme el estudiantado.

Como opción pedagógica y didáctica, los planes de estudio de las carreras de la UIT podrán ser desarrollados de forma multimodal. Entre las posibles modalidades se encuentra la opción a distancia, la opción presencial, la opción mixta y la opción híbrida. En este sentido, y como definición general, todas las carreras que tengan opción presencial contarán con hasta un 30% de su propuesta formativa en entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje. Esta decisión general se sostiene en la convicción de que en el contexto actual las tecnologías de la información y la comunicación son el entorno que define la totalidad de las prácticas sociales, culturales y económicas y, por tanto, la UIT como institución formadora de profesionales, debe ofrecer modalidades que

favorezcan que las trayectorias educativas de su estudiantado se desarrollen en un entorno pertinente, coherente y actualizado y donde la construcción de conocimiento se cargue de significado a partir de la inclusión y problematización de las tendencias sociales, culturales y productivas actuales.

CICLOS DE FORMACIÓN

Los ciclos de formación representan conjuntos de propuestas formativas con un objetivo específico, sin implicar la atomización. Cada ciclo forma parte de una integración formativa general. Esta organización promueve y habilita la articulación secuencial e integral del aprendizaje al favorecer la flexibilidad y diversidad de trayectorias, la circulación del estudiantado entre los ciclos al interior de las carreras de la UIT en virtud de las áreas de conocimiento y asignaturas comunes y la posibilidad de proyectar dobles titulaciones.

Cada ciclo de formación organiza saberes y prácticas en virtud de los objetivos que configuran los perfiles de cada carrera y articula las asignaturas a partir de grados de complejidad y niveles de integración progresivos. Los ciclos de formación son:

- Ciclo Propedéutico
- Ciclo Básico
- Ciclo Profesional

Los objetivos del Ciclo Propedéutico son:

- Ofrecer al estudiantado instancias de formación en los saberes introductorios de las áreas de conocimiento que correspondan según cada carrera.
- Aproximar al estudiantado a un conocimiento general del campo profesional, los alcances y la relación con el entorno socio-productivo.
- Promover la articulación entre la universidad y las trayectorias de formación previa del estudiantado.

Los objetivos del Ciclo Básico son:

- Promover el desarrollo de las habilidades y competencias que permitan el análisis y la comprensión del conocimiento que constituye las bases del campo disciplinar de cada carrera.

- Favorecer el desarrollo de competencias de resolución de problemas, creación, explicación, argumentación, análisis crítico, metacognición y autonomía de criterio.

Los objetivos del Ciclo Profesional son:

- Favorecer el desarrollo de habilidades y competencias para el análisis crítico, la reflexión, la contextualización y la transferencia de los fundamentos teóricos y prácticos que caracterizan a la profesión.
- Contribuir a la integración de los fundamentos teóricos y prácticos de la profesión con situaciones de la realidad y el entorno socio-productivo local, regional y global.
- Aportar a la consolidación de la solidaridad ética y la visión humanista de la Educación Superior a partir de la puesta en práctica de saberes y valores en el ejercicio profesional, que garantice el desarrollo personal a lo largo de la vida, que contribuya en la construcción de los sectores productivos y sociales, que colabore con el cierre de brechas cognitivas, y que priorice un abordaje socialmente responsable, éticamente sustentable y ambientalmente sostenible.

SISTEMA DE CORRELATIVIDADES

El diseño curricular de la UIT sostiene un sistema de correlatividades entre los ciclos de formación de las carreras con el objetivo de promover trayectorias coherentes y ordenadas para el estudiantado.

Para las carreras de pregrado, el sistema de correlatividades queda configurado del siguiente modo:

Carreras de pregrado		
Ciclo	Cuatrimestre	Correlatividad
Propedéutico	1° cuatrimestre	S/C
Básico	2° cuatrimestre	S/C
	3° cuatrimestre	50% del Ciclo propedéutico regularizado*
Profesional	4° cuatrimestre	Ciclo Propedéutico acreditado y 1° cuatrimestre del Ciclo Básico acreditado
	Trabajo Integrador Final I o Práctica Profesional Supervisada I	Ciclo Propedéutico acreditado y 1° cuatrimestre del Ciclo Básico acreditado
*Tanto en las carreras de pregrado como en las carreras de grado, las asignaturas que tengan más de un nivel serán correlativas entre sí y se exigirá la acreditación del nivel anterior para cursar el siguiente. Quedan exceptuadas de esta correlatividad las materias electivas.		

Para las carreras de grado, el sistema de correlatividades queda configurado del siguiente modo:

Carreras de grado		
Ciclo	Cuatrimestre	Correlatividad
Propedéutico	1° cuatrimestre	S/C
Básico	2° cuatrimestre	S/C
	3° cuatrimestre	50% del Ciclo propedéutico regularizado*
Profesional	4° cuatrimestre	Ciclo Propedéutico acreditado y 1° cuatrimestre del Ciclo Básico acreditado
	5° cuatrimestre	Ciclo Propedéutico acreditado y Ciclo Básico acreditado
	6° cuatrimestre	Ciclo Propedéutico acreditado y Ciclo Básico acreditado
	7° cuatrimestre	Ciclo Propedéutico acreditado, Ciclo Básico acreditado y 1° cuatrimestre del Ciclo Profesional acreditado
	8° cuatrimestre	Ciclo Propedéutico acreditado, Ciclo Básico acreditado y 1° cuatrimestre del Ciclo Profesional acreditado
	Trabajo Final Integrador II o Práctica Profesional Supervisada II	Ciclo Propedéutico acreditado, Ciclo Básico acreditado, 1° cuatrimestre del Ciclo Profesional acreditado y Trabajo Final Integrador I/Práctica Profesional Supervisada I acreditado

*Tanto en las carreras de pregrado como en las carreras de grado, las asignaturas que tengan más de un nivel serán correlativas entre sí y se exigirá la acreditación del nivel anterior para cursar el siguiente. Quedan exceptuadas de esta correlatividad las materias electivas.

La Secretaría Académica de la UIT, de encontrarlo necesario y de forma fundamentada, podrá incorporar correlatividades específicas. Las mismas deberán ser aprobadas por el Consejo Superior y se notificará en tiempo y forma a estudiantes y docentes. A su vez, se realizarán las modificaciones específicas en los Sistemas de Gestión y en la normativa de la Dirección Nacional de Gestión Universitaria (DNGU) de la Subsecretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Capital Humano de la Nación.¹

ORGANIZACIÓN PEDAGÓGICO-DIDÁCTICA DE LOS ESPACIOS CURRICULARES

MODALIDADES

En términos de la organización pedagógico-didáctica de los espacios curriculares, se establecerán modalidades que muestren pertinencia con los procesos de enseñanza y de aprendizaje necesarios en virtud del tipo de conocimiento y de prácticas que caracterizan a cada asignatura.

Teórico-práctica: esta modalidad se corresponde con asignaturas en donde el campo de conocimiento que les da entidad tiene un carácter conceptual, práctico y experimental. En estas asignaturas se apunta a la comprensión de los principales temas, fenómenos, acontecimientos, problemas, conceptos y categorías del campo de conocimiento. La organización de la carga horaria de esta modalidad está conformada por 50% de actividades teóricas y 50% de actividades prácticas.

¹ Resolución Ministerial N°3432/19; Disposición DNGYFU N° 3049/19; Disposición DNGYFU 3052/19. Se tendrán en cuenta también aquellas normativas que se dicten como adecuación y/o complementación de las aquí explicitadas.

Seminario: en esta modalidad se profundizan teorías, obras, corrientes de pensamiento, y problemas específicos de determinada área de conocimiento. Se apunta al trabajo colectivo y colaborativo sobre los temas específicos a partir del diálogo y la interrelación de saberes. La organización de la carga horaria de esta modalidad está conformada por 70% de actividades teóricas y 30% de actividades prácticas.

Taller: esta modalidad responde a una estrategia didáctico-pedagógica sostenida en la centralidad de los procesos colectivos de producción de conocimiento en el marco de grupos de aprendizaje. Estos procesos se dan mediante la práctica, la movilización de conocimientos previos, la indagación, la comprensión, el cambio conceptual, el análisis, la síntesis y la reflexión colectiva. La organización de la carga horaria de esta modalidad está conformada por 30% de actividades teóricas y 70% de actividades prácticas.

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS Y ELECTIVAS

Asignaturas obligatorias: corresponden con aquellas asignaturas que definen y estructuran el área de conocimiento y de formación básica y profesional. En este conjunto de asignaturas se abordan los conocimientos, prácticas y habilidades clave desde la diversidad de enfoques, perspectivas y problemáticas.

Asignaturas electivas: corresponden con aquellas asignaturas de libre elección por parte del estudiantado a partir de sus intereses y trayectorias. Estas asignaturas podrán ser elegidas a partir de una lista cerrada y pueden pertenecer a planes de estudio de otras carreras. Las asignaturas electivas deben aprobarse por Consejo Superior anualmente.

CONTENIDOS MÍNIMOS

En los planes de estudio se expresarán los contenidos mínimos de cada asignatura. Se podrán incorporar y/o modificar contenidos mínimos a solicitud de las y los docentes en virtud de la actualización de saberes, del desarrollo científico y tecnológico y de los cambios contextuales vinculados con el área de conocimiento de las mismas. La

incorporación y/o modificación en los contenidos mínimos deberá ser aprobada por el Consejo Superior.

EXPERIENCIA FORMATIVA Y PRÁCTICA PROFESIONAL

En la búsqueda del aprendizaje profundo y del desarrollo de competencias integrales en el estudiantado, la UIT entiende a la enseñanza como la generación de experiencias diversas que posibiliten y favorezcan más y mejores experiencias de aprendizaje. Estas experiencias estarán construidas en base a situaciones de aproximación progresiva a situaciones reales de trabajo y a conexiones constantes con el entorno socio-productivo local, regional y global para, de esta forma, aplicar en el proceso de enseñanza y de aprendizaje problemáticas de la futura profesión en la que se forme el estudiantado.

La dimensión práctica de la formación está presente durante toda la trayectoria ya sea a partir de las modalidades de las asignaturas de las carreras en los diferentes ciclos de formación como en los espacios propios de las Prácticas Profesionales Supervisadas de forma coherente con los objetivos y alcances profesionales de las carreras.

La experiencia formativa está estructurada de forma tal que facilite la identificación por parte del estudiantado de las características de su práctica y desempeño profesional en virtud de los procesos de orden técnico, tecnológico, científico, cultural, social y jurídico implicados en el entorno socio-productivo local, regional y global.

Práctica Profesional Supervisada (PPS): las carreras de la UIT tendrán, además, un espacio definido curricularmente dentro del ciclo profesional de formación. Este espacio se caracteriza por ser un ambiente de práctica planificado, supervisado y acompañado construido en base al perfil de la carrera. En las PPS se trabajará en un marco de integración y aplicación de saberes en situaciones concretas vinculadas con el entorno socio-productivo y en sintonía con el perfil y alcance de las carreras. Las PPS se organizan pedagógica, administrativa y operativamente a partir del Reglamento de Práctica Profesional Supervisada aprobado por el Consejo Superior.

Trabajos Finales Integradores: en el ciclo profesional de las carreras de la UIT podrán

incorporarse instancias denominadas *Trabajos Finales Integradores*. Según las características de las carreras estas instancias podrán consistir en una investigación teórica o empírica sobre temas y problemas del área de conocimiento o en trabajos de desarrollo y producción. Los Trabajos Finales Integradores se organizan pedagógica, administrativa y operativamente a partir del Reglamento de Trabajo Final Integrador aprobado por el Consejo Superior.

SISTEMA DE INGRESO

Como indica el Artículo 7 de la Ley de Educación Superior 24521:

Todas las personas que aprueben la educación secundaria pueden ingresar de manera libre e irrestricta a la enseñanza de grado en el nivel de educación superior. Excepcionalmente, los mayores de veinticinco (25) años que no reúnan esa condición, podrán ingresar siempre que demuestren, a través de las evaluaciones que las provincias, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o las universidades en su caso establezcan, que tienen preparación o experiencia laboral acorde con los estudios que se proponen iniciar, así como aptitudes y conocimientos suficientes para cursarlos satisfactoriamente.

Este ingreso debe ser complementado mediante los procesos de nivelación y orientación profesional y vocacional que cada institución de educación superior debe constituir, pero que en ningún caso debe tener un carácter selectivo excluyente o discriminador.

Por lo tanto, para ingresar a la carrera los requisitos son:

- Título correspondiente al nivel secundario
- Cumplimentar los requisitos administrativos de ingreso a la Universidad.
- Para el caso de estudiantes extranjeros se deberá presentar la titulación extranjera equivalente al nivel secundario completo o sus equivalentes conforme las normas legales y reglamentarias aplicables a cada caso².
- En caso de no contar con titulación de nivel secundario, y si se es mayor de 25 años, se podrá solicitar el ingreso mediante lo dispuesto en el Art 7 de la Ley Nº 24.521 de Educación Superior.

REQUISITOS DE EGRESO

Para acceder al egreso se deberá aprobar el total de asignaturas explicitadas en la malla curricular del Plan de estudio correspondiente a la carrera cursada y aprobar la Práctica Profesional Supervisada y/o el Trabajo Final Integrador si correspondiere.

A su vez, no se deberá adeudar cumplimiento de obligaciones para con la UIT.

² RESOL-2019-3356-APN-MECCYT

FUNDAMENTACIÓN Y OBJETIVOS DE LA CARRERA

En las últimas décadas, el campo de la comunicación experimenta un conjunto de transformaciones dinámicas y permanentes que se derivan del impacto generado por el proceso de digitalización de las relaciones sociales, culturales y económicas.

El mundo actual se caracteriza por el aumento de la presencia y alcance de internet, la digitalización, la informatización, el aumento de la cantidad de datos, la potencia de los sistemas computacionales y la conectividad de los procesos productivos. Lo digital se configura como el entorno donde ocurren y concurren las actividades e interacciones socio-culturales y productivas, y redefine las relaciones entre lo público y privado y entre lo institucional e individual.

Es en este contexto que resulta necesario construir espacios de producción, enseñanza y aprendizaje de conocimiento práctico, técnico y teórico en el campo de la comunicación digital transmedia, que favorezcan el análisis y abordaje crítico de las posibilidades y desafíos actuales. Las organizaciones gubernamentales y civiles, las empresas y la sociedad general requieren de profesionales del campo de la comunicación que habiten el entorno digital en general y las redes sociales en particular, desde una visión crítica, analítica y emprendedora.

El objetivo general de la *Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva* de la Universidad de Innovación y Tecnología es la formación de profesionales que sean capaces de llevar a cabo el análisis crítico, la creación consecuente y la difusión criteriosa de prácticas de comunicación en el entorno digital. Las y los graduados de la carrera tendrán formación en las competencias necesarias para abordar el diseño y desarrollo comunicacional sostenido en los lenguajes, narrativas y ecosistemas de plataformas emergentes desde un conocimiento teórico y técnico específico, y capacidad para trabajar en equipos interdisciplinarios, empresas y organizaciones del sector público y privado.

Como objetivos específicos, la carrera contempla la formación en distintos campos de conocimiento teórico, conceptual, técnico y práctico con el fin de propiciar el

aprendizaje de saberes, competencias, habilidades y actitudes que colaboren con un desempeño profesional pertinente. Es por esto que en su plan de estudios la formación estará comprendida por los siguientes conjuntos de conocimientos:

- Formación general y humanística: este conjunto consiste en el abordaje, comprensión, análisis y crítica del contexto sociohistórico, cultural, político y económico en el que las graduadas y los graduados intervendrán profesionalmente.
- Formación científica: este conjunto abarca aquellos saberes científicos específicos necesarios para abordar válida, eficaz, ética y responsablemente los diferentes ámbitos de desempeño profesional.
- Formación técnica y profesional: este conjunto corresponde con las habilidades y competencias vinculadas directamente con la práctica profesional de la comunicación digital e interactiva.

La *Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva* asume el compromiso de lograr un estrecho lazo con el medio local, regional y global al atender a las problemáticas y demandas, favorecer la retroalimentación constante, fomentar la profesionalización y las competencias de empleabilidad y la generación de empleo.

PERFIL PROFESIONAL DE LA LICENCIADA Y EL LICENCIADO EN COMUNICACIÓN DIGITAL E INTERACTIVA

La carrera de *Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva* de la UIT apunta a la formación de profesionales con competencias para llevar a cabo el análisis crítico, la creación consecuente y la difusión criteriosa de prácticas de comunicación en el entorno digital. Contarán con habilidades y destrezas para abordar el diseño y desarrollo comunicacional sostenido en los lenguajes, narrativas y ecosistemas de plataformas emergentes y transmedia desde un conocimiento teórico y técnico específico, y capacidad para trabajar de forma autónoma y colaborativa en equipos inter y transdisciplinarios en empresas y organizaciones del sector público y privado, donde

podrán gestionar, ejecutar y evaluar proyectos complejos, liderar equipos y procesos, y manejar variables de producción y comunicación digital e interactiva.

La formación científica, técnica y profesional junto a la formación general y humanística resultan una oportunidad para que las y los estudiantes desarrollen conocimientos, competencias y habilidades situados, coherentes con el contexto sociohistórico, cultural, político y económico en el que intervendrán profesionalmente de forma ética, responsable, sustentable y sostenible.

ALCANCES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL TÍTULO DE LICENCIADO/A EN COMUNICACIÓN DIGITAL E INTERACTIVA

Se deja constancia de que cuando los alcances designan una competencia derivada o compartida la responsabilidad primaria y la toma de decisiones la ejerce en forma individual y exclusiva el/la poseedor/a del título con competencia reservada según el régimen del art. 43 de la Ley de Educación Superior N° 24.521, del cual depende el/la poseedor/a del título de *Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva* y a quien, por sí, le está vedado realizar dichas actividades.

Los alcances y competencias profesionales del título de *Licenciada/o en Comunicación Digital e Interactiva* son:

- Diseñar y promover iniciativas innovadoras en el ámbito de la comunicación digital e interactiva a partir de la integración de tendencias emergentes, del pensamiento crítico y de estrategias de disrupción creativa.
- Prototipar soluciones avanzadas y liderar proyectos que incorporen tecnologías pioneras anticipándose a escenarios futuros.
- Analizar, crear y difundir de forma crítica, consecuente y criteriosa prácticas de comunicación en el entorno digital.
- Participar de equipos interdisciplinarios, empresas y organizaciones del sector público y privado.

- Gestionar agencias de comunicación y/o secciones digitales de agencias de comunicación transmedia, de marketing digital, de publicidad y de relaciones públicas.
- Diseñar y elaborar narrativas transmedia en el ámbito social, cultural y comunicacional.
- Diseñar, elaborar y gestionar emprendimientos y desarrollos de negocios basados en la comunicación digital e interactiva a partir de la consideración y aplicación de aspectos técnicos, teóricos y prácticos.
- Diseñar, desarrollar, coordinar y evaluar proyectos en diferentes ámbitos profesionales vinculados con la comunicación transmedia.
- Gestionar recursos humanos, equipamiento técnico y materiales a partir de criterios de eficiencia y eficacia en la implementación de proyectos de comunicación digital e interactiva.
- Crear, diseñar y producir contenido multimedia y arte digital.
- Diseñar, planificar, coordinar y evaluar campañas de comunicación, promoción y prensa basadas en narrativas transmedia y sobre ecosistemas de plataformas emergentes.
- Diseñar, planificar, coordinar, ejecutar y evaluar campañas de comunicación transmedia sobre redes y ecosistemas de plataformas con alcance hacia los soportes analógicos.
- Asesorar a organizaciones del ámbito público, privado y a empresas en el diseño, desarrollo y producción de contenidos de comunicación transmedia digital e interactiva.
- Diseñar, ejecutar y evaluar proyectos de desarrollo web, desarrollo de aplicaciones y visualizaciones interactivas.
- Realizar investigaciones, relevamientos, estudios y seguimientos de producción y circulación de datos e información en redes y ecosistemas de plataformas.
- Colaborar con equipos de profesionales del área de la informática en proyectos que involucren a la comunicación digital e interactiva según objetivos y estrategias definidas.

- Coordinar y participar en proyectos de investigación inherentes a su campo profesional.

ALCANCES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL TÍTULO DE TÉCNICO/A UNIVERSITARIO/A EN COMUNICACIÓN DIGITAL E INTERACTIVA

- Participar del diseño y la promoción de iniciativas innovadoras en el ámbito de la comunicación digital e interactiva a partir de la integración de tendencias emergentes, del pensamiento crítico y de estrategias de disrupción creativa.
- Colaborar en el desarrollo de soluciones avanzadas y proyectos que incorporen tecnologías pioneras anticipándose a escenarios futuros.
- Participar de equipos interdisciplinarios en agencias de comunicación y/o secciones digitales de agencias de comunicación transmedia, de marketing digital, de publicidad y de relaciones públicas.
- Colaborar en procesos de creación, diseño y producción de contenido de comunicación digital, multimedia e interactivo.
- Asistir en el diseño, desarrollo y producción de contenidos de comunicación transmedia digital e interactiva en organizaciones del ámbito público, privado y a empresas.
- Colaborar en el diseño de campañas de comunicación, promoción y prensa basadas en narrativas transmedia y sobre ecosistemas de plataformas emergentes.
- Asistir en proyecto de desarrollo web, desarrollo de aplicaciones y visualizaciones interactivas.
- Ejecutar equipo técnico vinculado con el desarrollo de proyectos de comunicación transmedia, digital e interactivo.

ESPACIOS CURRICULARES

CICLO	Asignatura	Duración	Horas interacción pedagógica (IP) semanales	IP totales	Horas de trabajo autónomo del estudiante (TAE) semanales	TAE totales	Horas totales del trabajo total del estudiante (TTE).	CRE	Modalidad
Propedéutico	Análisis y Resolución de problemas	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Taller
	Introducción a la Comunicación Digital e Interactiva	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Teórico-práctica
	Introducción a la Ciencia de Datos	Cuatrimestral	4	64	6	96	160	6,40	Teórico-práctica
	Expresión escrita y oral	Cuatrimestral	2	32	6	96	128	5,12	Taller
	Programación I	Cuatrimestral	2	32	8	128	160	6,40	Taller
	Introducción a la Producción Audiovisual	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Teórico-práctica
	Subtotal del primer cuatrimestre		20	320	32	512	832	33,28	
Básico	Inglés I	Cuatrimestral	2	32	8	128	160	6,40	Taller
	Historia contemporánea	Cuatrimestral	2	32	6	96	128	5,12	Teórico-práctica
	Producción Audiovisual I: sonido	Cuatrimestral	4	64	6	96	160	6,40	Taller
	Diseño gráfico y multimedial	Cuatrimestral	2	32	8	128	160	6,40	Taller
	Teorías de la Comunicación	Cuatrimestral	2	32	8	128	160	6,40	Teórico-práctica
	Contenidos Culturales	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Taller
	subtotal del segundo cuatrimestre		16	256	40	640	896	35,84	
	SUBTOTAL PRIMER AÑO		36	576	72	1152	1728	69,12	
	Narrativas digitales	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Taller
	Historia de la Comunicación	Cuatrimestral	2	32	6	96	128	5,12	Teórico-práctica
	Abordaje psicológico de las Redes	Cuatrimestral	2	32	6	96	128	5,12	Teórico-práctica
	Producción Audiovisual II: video	Cuatrimestral	4	64	6	96	160	6,40	Taller

Profesional	Guion	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Taller
	Subtotal del primer cuatrimestre		16	256	26	416	672	26,88	
	Narrativas de No Ficción	Cuatrimestral	2	32	8	128	160	6,40	Taller
	Inteligencia artificial	Cuatrimestral	2	32	8	128	160	6,40	Taller
	Convergencia tecnológica y paradigmas comunicacionales	Cuatrimestral	4	64	6	96	160	6,40	Teórico-práctica
	Experiencia de Usuario e Interfaz de Usuario	Cuatrimestral	4	64	6	96	160	6,40	Taller
	Subtotal del segundo cuatrimestre		12	192	28	448	640	25,6	
	Trabajo Integrador Final I	Anual	4	128	8	256	384	15,36	Taller
	SUBTOTAL DEL SEGUNDO AÑO		32	576	62	1120	1696	67,84	
	Al aprobar el total de las asignaturas enunciadas en la malla curricular hasta el segundo año inclusive y aprobar la Trabajo Final Integrador I el/la estudiante obtendrá el título de Técnico/a Universitario/a en Comunicación Digital e Interactiva.								
	Cargas horarias y CRE totales del título de Técnico/a Universitario/a en Comunicación Digital e Interactiva		68	1152	134	2272	3424	136,96	
	Periodismo de Datos	Cuatrimestral	4	64	6	96	160	6,40	Taller
	Análisis y Desarrollo de Audiencias	Cuatrimestral	2	32	8	128	160	6,40	Taller
	Geopolítica de la Comunicación y los Contenidos	Cuatrimestral	2	32	8	128	160	6,40	Teórico-práctica
	Electiva I	Cuatrimestral	2	32	8	128	160	6,40	Taller
	Inglés II	Cuatrimestral	2	32	8	128	160	6,40	Taller
	Subtotal del primer cuatrimestre		12	192	38	608	800	32	
	Metodología de la Investigación	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Teórico-práctica
	Comunicación Política	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Taller
	Economía del Conocimiento	Cuatrimestral	2	32	8	128	160	6,40	Teórico-práctica
	Programación II	Cuatrimestral	2	32	8	128	160	6,40	Taller
	Marco jurídico de la Comunicación	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Teórico-práctica
	Subtotal del segundo cuatrimestre		16	256	28	448	704	28,16	

SUBTOTAL DEL TERCER AÑO		28	448	66	1056	1504	60,16	
Investigación Periodística	Cuatrimestral	2	32	4	64	96	3,84	Taller
Emprendedurismo en el campo de la comunicación digital e interactiva	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Taller
Electiva II	Cuatrimestral	2	32	6	96	128	5,12	Seminario
Producción Audiovisual III: transmedia	Cuatrimestral	4	64	8	128	192	7,68	Taller
Subtotal del primer cuatrimestre		12	192	22	352	544	21,76	
Plataformas	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Taller
Comunicación institucional, corporativa y asuntos públicos	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Seminario
Tendencias en Tecnología	Cuatrimestral	4	64	4	64	128	5,12	Teórico-práctica
Subtotal del segundo cuatrimestre		12	192	12	192	384	15,36	
Trabajo Final Integrador II	Anual	4	128	8	256	384	15,36	Taller
SUBTOTAL DEL CUARTO AÑO		28	512	42	800	1312	52,48	
Al aprobar el total de las asignaturas enunciadas en la malla curricular hasta el cuarto año inclusive y aprobar la Trabajo Final Integrador II el/la estudiante obtendrá el título de Licenciado/a en Comunicación Digital e Interactiva.								
Cargas horarias y CRE totales del título de Licenciado/a en Comunicación Digital e Interactiva		124	2112	242	4128	6240	249,60	

SISTEMA DE CRÉDITOS ACADÉMICOS Y CERTIFICACIONES

Sistema de Créditos Académicos

El Sistema de Créditos Académicos de la UIT se enmarca en lo indicado en las resoluciones ministeriales 2598/2023 y 556/2025 mediante las que se crea y define el Sistema Argentino de Créditos Académicos Universitarios (SACAU) y se fija al Crédito de Referencia del Estudiante (CRE) como el valor organizador.

Que los planes de estudio de la UIT se enmarquen en dicha normativa representa la consideración que tiene la institución respecto de lo que implican para la educación superior las transformaciones y reconfiguraciones de un entorno político, social, cultural y laboral dinámico. Tal como indican las resoluciones mencionadas, esto requiere el desarrollo de planes de estudio sostenidos en modelos curriculares flexibles que permitan: agilizar las innovaciones; reconocer competencias adquiridas en otros ámbitos; incluir unidades curriculares optativas y electivas; traducir el plan en sistema de créditos aportando claridad al estudiantado respecto del tiempo total que sus obligaciones académicas le demandarán y brindando previsibilidad a los diferentes recorridos; facilitar el reconocimiento de trayectos formativos y favorecer el intercambio y la movilidad del estudiantado entre distintas carreras y universidades dentro del territorio nacional; facilitar la comparabilidad de las titulaciones y favorecer la movilidad estudiantil y profesional a nivel internacional.

Por tal motivo, el Sistema de Créditos Académicos de la UIT se estructura según lo especificado en el SACAU. A continuación se citan los ítems 1, 2, 3 y 4 mencionados en el Anexo I de la Resolución 556/2025:

1. El Crédito de Referencia del Estudiante (CRE) se define como la unidad de tiempo total de trabajo académico que estimativamente dedican los estudiantes para alcanzar los objetivos formativos de cada una de las unidades y/o actividades curriculares que componen el plan de estudios. En esta unidad de tiempo se incluyen: a) las horas de docencia o interacción pedagógica docente-estudiantes, independientemente de la modalidad, incluyendo tiempo de prácticas en terreno y b) las horas de trabajo autónomo del estudiante que son adicionales a las de docencia o interacción docente-estudiantes.
2. El valor asignado a cada CRE oscilará entre VEINTICINCO (25) y TREINTA (30) horas de trabajo total del estudiante.
3. Los planes de estudio tendrán un valor promedio de SESENTA (60) CRE anuales. Ello incluye el tiempo de interacción docente- estudiantes y el trabajo autónomo de cualquier tipo. Esto implica que los planes de estudio deben diseñarse y rediseñarse para tener un valor promedio anual de horas de trabajo total del estudiante, distribuidas pertinentemente en actividades de interacción docente-estudiantes y autónomas. En los casos en que los planes de estudio tengan una duración no definible en años enteros, los 60 CRE anuales promedio podrán dividirse de acuerdo a la organización particular de cada plan de estudio. Para los años fraccionados, la universidad podrá asignar como número de créditos a una fracción de los CRE anuales que sea adecuada a su diseño curricular.
4. La duración de las carreras universitarias de pregrado y grado en créditos CRE se establece de la siguiente manera:

- Carreras de Pregrado: mínimo CIENTO VEINTE (120) CRE y DOS (2) años de duración. Las horas de interacción pedagógica se establecerán en un mínimo de 1.100 horas.
- Carreras de pregrado reguladas por el Estado: mínimo CIENTO OCHENTA (180) CRE y TRES (3) años de duración. Las horas de interacción pedagógica se establecerán tomándose en cuenta la regulación específica.
- Carreras de Grado: mínimo DOSCIENTOS CUARENTA (240) CRE y CUATRO (4) años de duración. Las horas de interacción pedagógica se establecerán en un mínimo de DOS MIL CIEN (2.100) horas

Certificaciones

Como parte de la búsqueda permanente de calidad, pertinencia, flexibilidad y diversificación y al considerar las demandas actuales de diferentes entornos sociales, culturales y económicos que interpelan a la educación superior, la UIT observa la necesidad de agilizar, facilitar y transparentar el reconocimiento de los trayectos formativos del estudiantado. Por tal motivo, tiene entre sus propuestas ofrecer certificaciones que den cuenta de los diferentes trayectos y tramos formativos que transita el estudiantado para así favorecer una mayor conexión entre el entorno académico y el entorno socio-productivo.

En consecuencia, los planes de estudio de las diferentes ofertas académicas están estructurados de forma tal que la cumplimentación de cada año de estudio pueda ser certificado. En esta lógica, durante la cursada de una carrera en la UIT el estudiantado recibirá una serie de certificaciones y títulos según corresponda.

Para el caso de la carrera de **Tecnicatura Universitaria en Comunicación Digital e Interactiva**, la serie de certificaciones y títulos queda estructurada del siguiente modo:

- Al completar los requisitos académicos del primer año la/el estudiante recibirá una certificación como *Auxiliar en Comunicación Digital e Interactiva*.
- Al completar los requisitos académicos del primer y segundo año la/el estudiante recibirá el título de *Técnica/o Universitario/a en Comunicación Digital e Interactiva*.

Para el caso de la carrera de **Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva**, la serie de certificaciones y títulos queda estructurada del siguiente modo:

- Al completar los requisitos académicos del primer año la/el estudiante recibirá una certificación como *Auxiliar en Comunicación Digital e Interactiva*.
- Al completar los requisitos académicos del primer y segundo año la/el estudiante recibirá el título de *Técnica/o Universitario/a en Comunicación Digital e Interactiva*.

- Al completar los requisitos académicos del primero, segundo y tercer año la/el estudiante recibirá un *Certificado de estudios avanzados en Comunicación Digital e Interactiva*.
- Al completar los requisitos académicos del primero, segundo, tercero y cuarto año la/el estudiante recibirá el título de *Licenciado/a en Comunicación Digital e Interactiva*.

ASIGNATURAS

Análisis y Resolución de Problemas

Contenidos mínimos:

Habilidades y estrategias de análisis y resolución de problemas en el ámbito universitario. Las características y herramientas del pensamiento científico y técnico. Dimensión empírica, metodológica, abstracta, social y contraintuitiva de la ciencia. Estrategias de identificación y resolución de las heurísticas y los sesgos cognitivos. Estrategias de lectura y escritura académica y científica. El filtrado como la capacidad de búsqueda, evaluación, selección, integración y síntesis frente a la abundancia y el cambio acelerado de la información. Las habilidades tecnológicas y de información como un medio para investigar, organizar, evaluar, analizar y producir textos.

Bibliografía básica:

Comesaña, J. M. (1998). *Lógica informal, falacias y argumentos filosóficos*. Eudeba.

Buacar, N. (2022). *Desenredando la ciencia. Una mirada filosófica sobre su práctica, su historia y su dimensión social*. EUDEBA.

Dessau, R. (2016). *Escribir en la universidad. Un desafío de creatividad y pensamiento crítico*. Paidós.

Nogués, G. (2018) *Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad*. Abre.

Bibliografía complementaria:

Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital. Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo XXI.

Gellón, G., Rosenvasser Feher, E, Furman, M. y Golombek, D. (2018). *La ciencia en el aula. Lo que nos dice la ciencia sobre cómo enseñarla*. Siglo XXI.

Introducción a la Comunicación Digital e Interactiva

Contenidos mínimos:

La comunicación digital e interactiva: surgimiento, desarrollo y tendencias. Comunicación y cultura. Relación entre tecnología y lenguaje. Introducción a las narrativas transmedia. Introducción a los lenguajes digitales. Hiper e Hipo Información. Transformación digital. Introducción a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (hardware, software, redes). Características básicas de los dispositivos electrónicos de registro, almacenamiento y transmisión de contenidos. Redes. Internet. Sistemas digitales. Introducción a la Analítica de datos, la Computación en la nube, la Inteligencia Artificial, la computación cognitiva y el Internet de las cosas (IoT). Fotografía. Audio. Video y Televisión. Drones. Sensores. Software de diseño y edición de imagen y sonido, diseño web y de aplicaciones.

Bibliografía básica:

- Campalans Moncada, C., Porto Renó, D., dir., Gosciola, V. (2014). *Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas*. Editorial UOC.
- Esparza Martínez, M., Quezada Mora, S., del Vivar Plascencia, V., Cárdenas González, D., Muñoz Lezama, A. y Muñoz Román, O. (2015). *Logical Thinking*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Johnson, J. (2020) *Designing with the Mind in Mind: Simple Guide to Understanding User Interface Design Guidelines*. Morgan Kaufmann.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Said Hung, E. (2014). *Transformaciones comunicativas en la era digital. Hacia el apagón analógico de la televisión*. Editorial UOC.
- Stallings, W. (2014). *Comunicaciones y Redes de Computadoras*. Prentice Hall.
- Tocc, R. y Widmer, N. (2003). *Sistemas digitales. Principios y aplicaciones*. Pearson Educación.

Bibliografía complementaria:

- Aguilar Parra, J., Suárez, J., Aispuro, E. (2018). *Organización y Arquitectura de Computadoras: Un Enfoque Evolutivo: Conceptos de organización y arquitectura de computadoras basadas en el paradigma tecnológico de Von Neumann*. Editorial Académica Española.
- Basco, A., Beliz, G., Coatz, D. y Garnero, P. (2018). *Industria 4.0: fabricando el futuro*. BID.
- Cobo, C. (2019). *Acepto las condiciones. Usos y abusos de las tecnologías digitales*. Fundación Santillana.
- Comer, D. (2006). *Redes Globales de Información con Internet y TCP/IP. Principios básicos, protocolos y arquitectura*. Pearson Educación.

- Díaz, J., Harari, I. y Amadeo, A. (2013). *Guía de recomendaciones para diseño de software centrado en el usuario*. EDULP.
- Hopkins, T. & Horan, B. (1995). *Smalltalk: An Introduction to Application Development Using VisualWorks*. Prentice Hall.
- Krug, S. (2015). *No me hagas pensar. Una aproximación a la usabilidad en la web y en los móviles*. Anaya.
- Negroponte, N. (1999). *Ser digital*. Editorial Atlántida.
- Nogués, G. (2018) *Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad*. Abre.
- Piscitelli, A. (2011). *El paréntesis de Gutenberg. La religión digital en la era de las pantallas ubicuas*. Santillana.

Introducción a la Ciencia de datos

Contenidos mínimos:

Análisis de datos. Relación entre los datos y los problemas prácticos. Preguntas relevantes y estrategias de resolución de problemas en el campo de las ciencias de datos. Abordaje práctico de casos reales. Obtención y carga. Formato de almacenamiento (csv, tsv, ascii). Encabezados. Formato de los datos: numérico, string, fechas, entre otros. Técnicas y herramientas de exploración y visualización. Evaluación y corrección. Datos faltantes e incorrectos. Análisis exploratorio. Features para la resolución de problemas: selección, descubrimiento y diseño.

Técnicas descriptivas. Muestras. Valor medio, desvío estándar. Estadísticos. Estimadores. Correlación y covarianza. Coeficiente de correlación, de Pearson y de Spearman. Outliers. Modelado. Modelos estadísticos básicos. Parámetros de los modelos. Regresión lineal simple y múltiple. Interpretación. Ajuste por cuadrados mínimos. Modelo lineal: estimadores de parámetros y supuestos. Diagnósticos del ajuste. Evaluación del modelo. Test estadísticos, residuos, QQplots. Leverage. Extensión de los modelos. Modelos aditivos.

Bibliografía básica:

- Bustamante, A., Padilla, W., Guisado, M.A., García Herrero, J., Berlanga de Jesús, A. y Molina López, J. (2018). *Ciencia de datos: técnicas analíticas y aprendizaje estadístico. Un enfoque práctico*. Alfaomega/ Altaria Editorial.
- Downey, A. (2021). *Think Bayes*. O'Reilly Media.
- Morteo, F. Bocalandro, N. (2007). *Fundamentos de diseño y modelado de datos*. Ediciones Cooperativas.
- Silberschatz, A., Korth, H. y Sudarshan, S. (2006). *Fundamentos de base de datos*. McGraw-Hill.

Sosa Escudero, W. (2018). *Big data. Breve manual para conocer la ciencia de datos que ya invadió nuestras vidas. siglo XXI.*

Bibliografía complementaria:

Abrutsky, M., Reinoso, E., Muñoz, R., Damiano, L. y Maldonado, C. (2011). *Base de datos.* Alfaomega.

Colmarejo Fernandez, R. (2017). *Una ética para Big Data.* Editorial UOC.

Kim, W. (2008). *Introduction to Object-Oriented Databases.* MIT Press.

Mendenhall, W., Beaver, R. y Beaver, B. (2006). *Introducción a la probabilidad y estadística.* Cengage Learning.

Pérez-Solà, C. y Casas-Roma, J. (2016) *Análisis de datos de redes sociales.* Editorial UOC.

Expresión escrita y oral

Contenidos mínimos:

Las prácticas académicas de lectura y oralidad. Las condiciones de producción de un texto. Los niveles de información: los conceptos, las definiciones y los ejemplos. Estructura, composición, organización de la información, coherencia y cohesión en la producción de textos. Normas de citado y referencia. La toma de apuntes y resúmenes. Las prácticas de estudio. Organización de la bibliografía, el mapeo de un texto (las marcas, las notas al margen, la relectura), el fichaje, los cuadros. Pautas de autocorrección. Secuencias expositivas, explicativas y argumentativas.

escucha. La confrontación crítica de ideas. adecuación a la audiencia. argumentación y debate. evidencias. falacias. discurso. construcción del estilo elocutivo. Los obstáculos psicológicos a la comunicación: pánico escénico. dificultades de la oralidad. Recursos fonéticos. El lenguaje corporal. Comunicación oral en contextos presenciales y virtuales.

Bibliografía básica:

Comesaña, J. M. (1998). *Lógica informal, falacias y argumentos filosóficos.* Eudeba.

Dessau, R. (2016). *Escribir en la universidad. Un desafío de creatividad y pensamiento crítico.* Paidós.

Instituto Cervantes (Comp.) (2008). *Saber hablar.* Aguilar.

Nachmanovitch, S. (2020). *Free play. La improvisación en la vida y en el arte.* Paidós.

Valente, E. y García, M. (2019). *Las prácticas de lectura y escritura en la comunidad académica.* UNGS.

Bibliografía complementaria:

Natale, L. y Stagnaro, D. (Orgs.) (2019). *La lectura y la escritura en las disciplinas. Lineamientos para su enseñanza*. UNGS.

Natalia, L. (Coord.) (2012). *En carrera: escritura y lectura de textos académicos y profesionales*. UNGS.

Salas, C. (1987). *Oratoria y cultura*. Editorial Club de Elefantes.

Programación I

Contenidos mínimos:

Pensamiento algorítmico. Introducción a Python. Entornos de programación (consola, IDE, notebooks). Sintaxis del lenguaje. Tipos de datos básicos. Funciones y documentación. Estructuras de control básicas: condicionales (if; while), iteraciones (for), comprensión de listas. Estructuras de datos: diccionarios, listas, tuplas, vectores, matrices y árboles. Módulos y paquetes. Namespace. Nociones de programación orientada a objetos: conceptos, métodos, atributos, herencia. Estructuras de lectura y escritura de datos. Visualización de datos. Testeo y debuggeo de los programas. Excepciones. Flujos. Paquetes de cálculo (numpy) y paquetes de visualización (matplotlib). Nociones de cálculo numérico para análisis matemático.

Bibliografía básica:

Booch, G. (1996). *Análisis y diseño orientado a objetos con aplicaciones*. Addison-Wesley.

Brassard, G. y Bratley, P. (2008). *Fundamentos de Algoritmia*. Prentice Hall.

Caballero Roldán, R., Martín Martín, E. y Riesco Rodríguez, A. (2018). *Big Data Con Python*. Alfaomega.

Guerequeta, R. y Vallencillo, A. (2000). *Técnicas de diseño de algoritmos*. Servicio de Publicación de la Universidad de Málaga.

Knuth, D. E. (2002). *El arte de programar ordenadores*. Reverté.

Bibliografía complementaria:

Cormen, T., Leiserson, C., Rivest, R. y Stein C. (2003). *Introduction to Algorithms*. MIT Press.

De Giusti, A. (2001). *Algoritmos, datos y programas: con aplicaciones en Pascal, Delphi y Visual Da Vinci*. Pearson Education.

Quetglás, G., Toledo Lobo, F., Cerverón Lleó, V. (1995) *Fundamentos de informática y programación*. Valencia Editorial.

Scholl, P., Peyrin, J.P (1991). *Esquemas algorítmicos fundamentales*. Masson.

Watt, D. (1990). *Programming Language Concepts and Paradigms*. Prentice-hall International Series in Computer Science.

Introducción a la Producción Audiovisual

Contenidos mínimos:

Fundamentos de la producción audiovisual. Producción de contenidos audiovisuales. Medios de comunicación (tv, radio, cine y medios digitales). Diseño y planificación de la producción audiovisual. Producción, distribución y explotación de producciones audiovisuales. Ventanas de comunicación online y offline. Tecnologías aplicadas a la gestión de las producciones audiovisuales. Elementos de análisis y práctica de procesos de producciones en diferentes medios (radio, tv, cine, medios digitales y web). Transmedia: fundamentos, antecedentes y tendencias.

Bibliografía básica:

Armand, S. y Pérez Fernández, S. (2015). *Pixelaciones. Desplazamientos en las prácticas audiovisuales*. Ciccus.

Equipo del Centro de Comunicación La Crujía (2013). *Enfoques desde la producción audiovisual*. La Crujía.

Roig Telo, A. y Alberich Pascual, J. (2011). *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Editorial UOC.

Mónaco, A. M. (2013). *El ABC de la producción audiovisual*. Ciccus.

Bibliografía complementaria:

Aprile, O. (2008). *La publicidad audiovisual Del blanco y negro a la web*. La Crujía.

Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital. Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo XXI.

Barthes, R (1989). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Paidós.

Barthes, R. (2008). *Mitologías*. Siglo XXI.

Gaudreault, A. y Jost, F. (1990). *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Paidós.

Getino, O. (2008). *El capital de la cultura. Las industrias culturales en la Argentina*. Ciccus.

González, N. (2019). Audiovisual. UNQ.
<https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/1327/Audiovisual2019Digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Inglés I

Contenidos mínimos:

Fundamentos de sintaxis, morfología y gramática. Tiempos verbales. Verbos regulares e irregulares. Producción oral y producción escrita a partir de la experiencia con distintos tipos de textos y ejercitación. Comprensión lectora y auditiva. Vocabulario general y vocabulario disciplinar. Lectura técnica.

Bibliografía básica:

Latham-Koenig, Ch., Oxenden, C., Chomacki, K. & Lambert, J. (2019). *Pre-intermediate Student's Book*. United Kingdom: Oxford University Press.

Bibliografía complementaria:

Oxford Languages (2008). *Oxford Spanish Dictionary*. Oxford University Press

Steiner, R. (2004). *Webster's New World International Spanish Dictionary/ Webster's. English-Spanish, Spanish-English*. Webster's New World.

Historia Contemporánea

Contenidos mínimos:

Revoluciones burguesas. El capitalismo industrial, las clases sociales, naciones y nacionalismo. Las nuevas formas de la política. Liberalismo, democracia, socialismo. Los cambios en el capitalismo. La expansión imperialista de Europa. Las potencias extraeuropeas. La democratización de la política. Los conflictos en el centro y la periferia. La Primera Guerra Mundial. La caída de los imperios multinacionales. El nuevo mapa europeo y el mundo colonial. La crisis del imperio zarista. El ciclo revolucionario 1905-1917. La Crisis del 29'. La Segunda Guerra Mundial. La expansión económica en el capitalismo central: keynesianismo, fordismo y Estado de bienestar. La Guerra Fría. La formación de dos bloques. Europa dividida, el comunismo en Asia. Etapas y principales conflictos. El fin de los imperios coloniales en Asia y África y el Nacimiento del Tercer Mundo. Los nuevos Estados. América Latina en el siglo XX y XXI.

Historia contemporánea de la Argentina. Etapa 1880-1916. Los gobiernos Radicales (1916-1930). El golpe de Estado de 1930 y la Etapa 1930-1945. El Peronismo y la Etapa 1946-1955. El Golpe de Estado de 1955. Etapa 1955-1966. Etapa 1966-1983: Gobierno de Onganía, El Cordobazo. La guerrilla. Reformas político-institucionales. La vuelta de Perón. Presidencia de Cámpora, Juan D. Perón e Isabel Martínez. El Golpe de Estado de 1976. Guerra de Malvinas. El regreso de la Democracia de 1983. Presidencia de Alfonsín. Presidencia de Menem. Gobierno de la Alianza. Estallido de 2001. Los gobiernos de Nestor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner.

Bibliografía básica:

- Béjar, M (2015). *Historia del mundo contemporáneo (1870-2008)*. EDULP.
- Béjar, M. (2011). *Historia del Siglo XX. Europa, América, Asia, África y Oceanía*. Siglo XXI.
- Buchruker, C., Aróstegui Sánchez, J. y Saborido, J. (Coords.) (2001). *El mundo contemporáneo: historia y problemas*. Crítica.
- Cattaruzza, A. (2012). *Historia de la Argentina. 1916-1955*. Siglo XXI.
- Novaro, M. (2021). *Historia de la Argentina. 1955-2020*. Siglo XXI.
- Rapoport, M. (2020). *Historia económica, política y social de la Argentina (1880-2003)*. Crítica.

Bibliografía complementaria:

- Fulbrook, M. (Ed.) (2002). *Europa desde 1945*. Oxford University Press - Crítica.
- Halperin Donghi, T. (2013). *La Argentina y la tormenta del mundo. Ideas e ideologías entre 1930 y 1945*. Siglo XXI.
- Harvey, D. (2008). *París, capital de la modernidad*. Akal.
- Hobsbawm, E. (1995). *Historia del Siglo XX*. Crítica.
- Hobsbawm, E. (2015). *La era de la Revolución. 1789-1848*. Crítica.
- Hobsbawm, E. (2015). *La era del Capital. 1848-1875*. Crítica.
- Hobsbawm, E. (2015). *La era del Imperio. 1875-1914*. Crítica.
- Melon Pirro, J. (2009). *El Peronismo después del peronismo. Resistencia, sindicalismo y política luego del '55*. Siglo XXI.
- Offen, Karen (2020) *Feminismos europeos (1700-1950). Una historia política*. Akal.
- Panettieri, José (Comp.) (2000). *Argentina: trabajadores entre dos guerras*. EUDEBA.
- Piketty, T. (2018). *El capital en el siglo XXI*. Paidós.
- Rock, D. (1993). *La Argentina autoritaria: los nacionalistas, su historia y su influencia en la vida pública*. Ariel.
- Tcach, C. (2012). *De la Revolución Libertadora al Cordobazo*. Siglo XXI.

Producción Audiovisual I: sonido

Contenidos mínimos:

El sonido en la producción audiovisual. La voz humana. Música, efectos sonoros y locución. Narrativas en cine, radio, televisión y redes sociales. Ambientación. Sonido directo. Funciones del sonido. Radio lineal y radio a demanda. Podcasting. Doblaje. Grabación, dispositivos y

sistemas. Preproducción, producción, posproducción. investigación. Distribución. Agregadores.

Bibliografía básica:

Abbate, E. (2010). La banda sonora en los productos audiovisuales. En Espinosa, S. (Comp.). *Escritos sobre audiovisión: lenguajes, tecnologías, producciones. Libro 4*. UNLa.

Aumont, J., Bengala, A., Marie, M. y Vernet, M. (2005). *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Paidós.

Balsebre, A. (1996). *El lenguaje radiofónico*. Cátedra.

Basso, G., Di Liscia, O. y Pampin, J. (2009). *Música y espacio: ciencia, tecnología y estética*. UNQ.

Chion, M. (1999). *El sonido: música, cine, literatura...* Paidós.

Piñeiro-Otero, T. (2019). *Sonidos que cuentan. La ambientación sonora en el audiovisual*. Editorial UOC.

Rodríguez Bravo, A. (1998). *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Paidós.

Saitta, C (2002). *La banda sonora*. FADU-UBA.

Teruggi, D. (2010). Aprendiendo a oír. En Espinosa, S. (Comp.). *Escritos sobre audiovisión: lenguajes, tecnologías, producciones. Libro 4*. UNLa.

Bibliografía complementaria:

Alcaraz, G. y Vaca, M. (2010). *Antes de presionar rec*. Editorial Brujas.

Birlis, A. (2007). *Sonido para audiovisuales: manual de sonido*. Ugerman.

Chion, M. (1997). *La música en el cine*. Paidós.

Haye, R. (2004). *El arte radiofónico*. La Crujía.

Laurent, J. (2006). *El sonido en el cine*. Paidós.

Saitta, C. (2008). *La banda sonora en las artes cinéticas*. FADU-UBA.

Saitta, C. (2012). *La banda sonora, su unidad de sentido*. FADU-UBA.

San Martín, P. (2008). *Hacia un dispositivo hipermedial dinámico. Educación e investigación para el campo audiovisual interactivo*. UNQ.

Diseño gráfico y multimedial

Contenidos mínimos:

Teorías y conceptos del diseño gráfico. La estructura como organización. Estructuras: formales, semiformales e informales; activas e inactivas; visibles e invisibles. Recorridos visuales y jerarquías. Relaciones entre elementos del diseño: estructura, tipografía e imagen. Ley de Gestalt. Criterios compositivos. dimensiones sintáctica, semántica y pragmática de los signos. Relación forma-contenido. Conceptualización. Forma cognoscitiva, perceptiva, denotada y connotada. Proporción. Interacción. Punto y línea. Tipografía. Cartografías.

Infografías. Interacción. Soportes físicos y digitales. Entornos virtuales e interactivos. El lenguaje multimedia. Arquitectura de la información. Fases de la producción multimedia.

Bibliografía básica:

Cousins, C. (2019). *Web Design Trends 2019*. Recuperado de: <https://www.uxpin.com/studio/ebooks/web-design-trends-2019/>

Dondis, D. (2017). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Editorial Gustavo Gili.

González Ruiz, G. (1994). *Estudio de diseño: sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*. EMECE.

Johnson, J. (2020) *Designing with the Mind in Mind: Simple Guide to Understanding User Interface Design Guidelines*. Morgan Kaufmann.

Maeda, Jh. (2010). *Las leyes de la simplicidad: Diseño, tecnología, negocios, vida*. Gedisa.

Mahon, N. (2010). *Dirección de arte*. Editorial Gustavo Gili.

Orihuela, J. L. y Santos, M. L. (1999). *Introducción al diseño digital*. Anaya.

Bibliografía complementaria:

Camus, J.C. (2009). *Tienes cinco segundos*. Juan Carlos Camus. <http://www.tienes5segundos.cl/>.

Cao, J., Zieba, K., Stryjewski, K., Ellis, M. (2015). *Web UI for the Human Eye*. Recuperado de: https://rastchin.com/images/news-blog/color/uxpin_web_ui_design_for_the_human_eye_1.pdf

Gauchat, J. (2013). *El Gran Libro de Html5, Css3 y Javascript*. Marcombo

Krug, S. (2015). *No me hagas pensar*. Anaya.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación Digital Interactiva*. Gedisa.

Teorías de la Comunicación

Contenidos mínimos:

La comunicación y su campo de investigación. Lenguajes naturales y lenguajes artificiales. Niveles de comunicación. Comunicación de masas. Paradigmas de investigación. Modelos comunicacionales. Teoría de la comunicación humana. Lingüística y semiótica. Teoría de la comunicación humana. Industria cultural. Teoría hipodérmica. Líderes de opinión. Teoría crítica. Teoría funcionalista. Enfoques críticos y contemporáneos de la teoría comunicacional.

Sociedad de masas, cultura de masas e industria cultural. Comunicación y tecnología. Escuelas latinoamericanas. Comunicación digital.

Bibliografía básica:

Bajtín, M. (2008). *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI.

Ford, A. (1994). *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Amorrortu editores.

Han, B.Ch. (2022). *Infocracia: la digitalización y la crisis de la democracia*. Taurus.

Han, B.Ch. (2021). *No cosas: quiebras del mundo de hoy*. Taurus.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación Digital Interactiva*. Gedisa.

Torrico Villanueva, E. (2004). *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Grupo Editorial Norma.

Zecchetto, V., (Coord.) (2005). *Seis semiólogos en busca del lector*. La Crujía.

Bibliografía complementaria:

Angenot, M. (2008). *El discurso social. Los límites de lo pensable y lo decible*. Siglo XXI.

Calvo, E. y Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI.

Cobo, C. (2019). *Acepto las condiciones. Usos y abusos de las tecnologías digitales*. Fundación Santillana.

Negroponte, N. (1999). *Ser digital*. Editorial Atlántida.

Piscitelli, A. (2011). *El paréntesis de Gutenberg. La religión digital en la era de las pantallas ubicuas*. Santillana.

Scolari, Carlos (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Deusto ediciones.

Contenidos Culturales

Contenidos mínimos:

Teorías sobre comunicación y cultura. Metodología del análisis comunicacional y cultural. Administración de lo transdisciplinario y de los sistemas de documentación y/o información. Políticas culturales y comunicacionales. Desarrollos y prácticas en el campo massmediático y en redes culturales e instituciones no massmediáticas. Cultura, tradición e innovación. Vanguardismo y cultura de masas. Posmodernidad y posmodernismo. Estética y política. Cultura nacional y globalización. Corrientes en el teatro, la literatura y el cine. Géneros cinematográficos. Montaje. Análisis y crítica.

Bibliografía básica:

- Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital. Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo XXI.
- Ford, A. (2005). *Resto del mundo. Nuevas mediaciones en las agendas críticas internacionales*. Norma.
- Huyssen, A. (2006). *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Adriana Hidalgo Editora.
- Harvey, D. (1998). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Amorrortu editores.
- Nelly, R. (2007). *Fracturas de la memoria*. Siglo XXI.
- Quevedo, L. (Comp.) (2015). *La cultura argentina hoy. Tendencias*. Siglo XXI.
- Rancière, J. (2010). *El espectador emancipado*. Bordes.
- Sarlo, B. (2014). *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Siglo XXI.
- Sennett, R. (2006). *La cultura del nuevo capitalismo*. Anagrama.

Bibliografía complementaria:

- Agamben, G. (2017). *Homo Sacer. El poder soberano y la vida desnuda*. Adriana Hidalgo editora.
- Bobbio, N. (1993). *Libertad e igualdad*. Paidós.
- Baudelaire, Ch. (1995). *El pintor de la vida moderna*. Soler.
- Bürger, P. (1997). *Teoría de la vanguardia*. Península.
- Deleuze, G. (2018). *Cine III. Verdad y tiempo. Potencias de lo falso*. Cactus.
- Ford, A. (1987). *Desde la orilla de la ciencia. Ensayo sobre identidad, cultura y territorio*. Puntosur.
- Foucault, M. (2003). *La verdad y las formas jurídicas*. Gedisa.
- Sarlo, B. (2019). *Escritos sobre literatura argentina*. Siglo XXI.

Narrativas Digitales

Contenidos mínimos:

Hipertexto e hipermediaciones. Definición y características de las narrativas digitales. Narrativas lineales y no lineales. Convergencia. Coherencia y cohesión multitexto y multimedia. Imágenes y escritura en las narrativas digitales (memes, gifs, stickers, emojis, selfies). Oralidad primaria y secundaria. Narrativas digitales y plataformas (Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, WhatsApp, Telegram, etc.). Redacción para medios digitales. Streaming de audio y video. Tecnologías emergentes y comunicación: realidad virtual, inteligencia artificial, realidad aumentada, sensores y comunicación automatizada, bots, etc. Cultura digital y literatura.

Bibliografía básica:

- Longhi, R. (2018). Narrativas digitales y estructuras circulares. *TecCom Studies: Estudios de Tecnología y Comunicación*, 7(1), 29-30.
- Nogués, G. (2018) *Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad*. Abre.
- Odetti, V. (2018). *Narrativas Transmedia*. El abrojo.
- Piscitelli, A. (2011). *El paréntesis de Gutenberg. La religión digital en la era de las pantallas ubicuas*. Santillana.
- Linares Rodríguez, Vi. (2021). Nuevas tendencias digitales narrativas y de opinión. En Ostos Mota, G. (Coord.). *Oportunidades para la participación y la democratización de las organizaciones en el siglo XXI* (pp. 377-403). Dykinson.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.

Bibliografía complementaria:

- Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital. Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo XXI.
- López Leal, C. (2020). *Sobre prácticas de lectura digital: narrativas de docentes en la Ciudad de Armenia, Quindío, Colombia* [Tesis de Maestría,. FLACSO]. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/17174>.
- Lovato, A. (2018). *El guion transmedia: una propuesta metodológica para contar con todos los medios* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Rosario]. <https://rephip.unr.edu.ar/xmlui/handle/2133/21468>
- Negroponte, N. (1999). *Ser digital*. Editorial Atlántida.
- van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.

Historia de la Comunicación

Contenidos mínimos:

Orígenes de la comunicación. Tipos de comunicación. La narración en la historia de la humanidad y su presencia en todas las civilizaciones. De la escritura a la imprenta. El proceso de alfabetización del mundo. El libro impreso. Transición socioeconómica entre el feudalismo y el capitalismo. Modernidad y posmodernidad.

Comunicaciones eléctricas. Surgimiento y consolidación del periodismo. Redes: desde el telégrafo a internet. Telégrafo, radio, televisión, internet, redes sociales. Convergencia. Sistemas de comunicación. Consumo y producción de la comunicación. Entorno digital y comunicación.

Bibliografía básica:

Barbier, Frédéric y Bertho Lavenir, Catherine (1999). *Historia de los medios de Diderot a Internet*. Buenos Aires: Colihue.

Bosch. Flichy, Patrice (1993). *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*. Gustavo Gili.

Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital. Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo XXI.

Briggs, Asa y Burke, Peter (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Taurus.

Chapman, Jane (2005). *Comparative Media History*. Cambridge Polity Press.

Flichy, P. (1993). *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*. Gustavo Gili.

Gutiérrez, E. (2021). Cuatro formas de historia de la comunicación. *Signo Y Pensamiento*, 25(48), 9–21.
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3680>

Magnani, E. (2013). *Historia de la comunicación*. Capital Intelectual.

van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.

Bibliografía complementaria:

Guerra Gómez A. (1997). CROWLEY, David & HEYER, Paul, La comunicación en la Historia. Tecnología, cultura, sociedad (de Communication in History: Technology, Culture and Society). *Historia y Comunicación Social*, 2, 329.
<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS9797110329A>

Oubiña, D. (2009). *Una juguetería filosófica. Cine, cronofotografía y arte digital*. Manantial.

Malosetti Costa, L. y Gené, M. (Comp.) (2009). *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Edhasa.

- Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la Información*. Paidós.
- Schuliazquer, I. (2014). *El poder de los medios*. Capital Intelectual.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.

Abordaje psicológico de las Redes

Contenidos mínimos:

Fundamentos epistemológicos intervinientes en la Psicología General. Estudio de los procesos psicológicos implicados en la actividad psíquica. La dimensión psíquica humana. La conciencia en los orígenes de la Psicología. El fenómeno de la atención y percepción: estudios iniciales. El modelo conductista. El estudio de la mente social: perspectivas sociocognitivas. La Psicología cognitiva. La memoria como proceso. La reestructuración de los contenidos de la memoria. La función del pensamiento en la interacción sujeto-objeto. Formación de conceptos desde diversas perspectivas. El problema psicológico de la adquisición, producción y comprensión del lenguaje. Psicología y redes sociales: riesgos y trastornos. adicción, aislamiento, comportamiento antisocial. Identidad virtual e identidad real. El grupo virtual. Psicología y neurociencias. Redes, memoria y atención. Infancia y adolescencia en las redes.

Bibliografía básica:

Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital. Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo XXI.

Bortnik, S. (2020). *Guía para la crianza en un mundo digital. Cómo educar para un sano y seguro uso de la tecnología*. Siglo XXI.

Colombo, M. E. y Stasiejko, H. (2000). *La actividad mental*. EUDEBA.

Colombo, M. E. (2002). *La psicología y su pluralidad*. EUDEBA.

Cubero, M y Ramírez Garrido, J. (Comps.) (2005). *Vygotsky en la Psicología Contemporánea. Cultura, mente y contexto*. Miño y Dávila.

Kahnemann, D. (2012). *Pensar rápido, pensar despacio*. Debate.

Töpf, J. (Comp.) (2003). *Escritos de Psicología General*. Buenos Aires: EUDEBA.

van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.

Bibliografía complementaria:

Feld, V. y Eslava-Cobo, J. (Comps) (2009). *¿Hacia dónde va la neuropsicología? La perspectiva histórico-cultural de Vygotsky y la neurofisiología*. Noveduc.

Flores Robaina, N. (2022) *Ciberpsicología. Cómo pensamos, sentimos y actuamos en la era digital*. EMSE EDAPP.

Gabay, M.M. (2018). Evolución de las redes sociales, de la comunicación y del marketing: análisis de su interrelación. [Tesis de maestría, Universidad de San Andrés]. <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/handle/10908/15927>.

- Gardner, H. (2014). *Inteligencias múltiples. La teoría en la práctica*. Paidós.
- Lupano Perugini, M.L. y Castro Solano, A. (2021). Rasgos de personalidad, bienestar y malestar psicológico en usuarios de redes sociales que presentan conductas disruptivas online. *Interdisciplinaria*, 38(2), 7-23. <https://dx.doi.org/10.16888/interd.2021.38.2.1>
- Rabossi, E. (Comp.) (2004). *La mente y sus problemas: temas actuales de filosofía de la psicología*. Catálogos.
- Salomón, G. (Comp.) *Cogniciones distribuidas. Consideraciones psicológicas y educativas*. Amorrortu Editores.

Producción Audiovisual II: video

Contenidos mínimos:

El lenguaje audiovisual. Cine, Televisión, video. Del cine a la producción audiovisual ubicua. Formas de lo audiovisual (captura, planos, dirección de arte, fotografía). Productos audiovisuales en vivo, lineales, on demand, digitales. Preproducción, producción y posproducción. Distribución. Stream, agregadores, montaje, sonido. Narrativa, estética. Investigación y producción audiovisual.

Bibliografía básica:

- Barroso García, J. (2008). *Realización audiovisual*. Síntesis.
- Gardies, R. (2014). *Comprender el cine y las imágenes*. La marca editora.
- La Ferla, J. y Reynal, S. (2012). *Territorios Audiovisuales*. Libreria.
- La Ferla, J. (2009). *Cine (y) digital: aproximaciones a posibles convergencias entre el cinematógrafo y la computadora*. Manantial.
- Salcedo, E. (2013). *Bases para una narrativa televisiva del relato de actualidad*. Editorial Brujas - EFU.
- Marimón, J. (2014). *El montaje cinematográfico: del guion a la pantalla*. Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Mónaco, A. M. (2013). *El ABC de la producción audiovisual*. Ciccus.
- Morales Morante, F. (2013). *Montaje audiovisual: teoría, técnica y métodos de control*. Editorial UOC.
- San Martín, P. (2008). *Hacia un dispositivo hipermedial dinámico. Educación e investigación para el campo audiovisual interactivo*. UNQ.

Bibliografía complementaria:

- Armand, S. y Pérez Fernández, S. (2015). *Pixelaciones. Desplazamientos en las prácticas audiovisuales*. Ciccus.
- Atienza Muñoz, P. (2013). *Historia y evolución del montaje audiovisual. De la moviola a YouTube*. Editorial UOC.
- Austerberry, D. (2004). *Tecnología steaming de video y audio*. Escuela de Cine y Vídeo de Andoaín.
- Equipo del Centro de Comunicación La Crujía (2013). *Enfoques desde la producción audiovisual*. La Crujía.
- Miñarro Fariña, L. (2014). *Cómo vender una obra audiovisual. Una aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales*. Editorial UOC.
- Triquell, X., Schöenemann, E. y Dell' Aringa, C. (2020). *Contar con imágenes. Una introducción a la narrativa fílmica*. Editorial Brujas.
- Roig Telo, A. y Alberich Pascual, J. (2011). *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Editorial UOC.

Guion

Contenidos mínimos:

Origen y evolución del guion. Narratología audiovisual: narración, relato e historia. Narración y enunciación. Escritura del guion. Investigación previa. Proceso de trabajo: Búsqueda y selección temática, hipótesis e investigación, tesis y estructura. Etapas de la escritura del guion. Construcción de personajes. Focalización. Temporalidad narrativa. Espacio in/off. Estructuras de ficción y no ficción. Sinópsis. Tipos de guion: literario y técnico. Escaleta de secuencias. Escenas. Storyboard. Guion de cine y guion de televisión.

Bibliografía básica:

- Chión, M. (1992). *Cómo se escribe un guion*. Ediciones Cátedra.
- Corbett, D. (2018). *El arte de crear personajes: En narrativa, cine y televisión*. Alba.
- Lovato, A. (2018). *El guion transmedia: una propuesta metodológica para contar con todos los medios* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Rosario]. <https://rephip.unr.edu.ar/xmlui/handle/2133/21468>
- McKee, R. (2002). *El Guion. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Alba Editorial.
- Sánchez-Escalonilla, A. (2014). *Estrategias de guion cinematográfico: El proceso de creación de una historia*. Editorial Ariel.

Bibliografía complementaria:

Carrière, J.C. y Bonitzer. P. (1991). *Práctica del guion cinematográfico*. Paidós.

Field, S. (1995). *El Manual del Guionista*. Ediciones Plot.

Orozco Gómez, G. y Mazziotti, N. (2002). *Historias de la televisión en América Latina*. Gedisa.

Seeger, L. (1994). *Cómo convertir un buen guion en un guion excelente*. Rialp.

Narrativas de No ficción

Contenidos mínimos:

Realidad primaria/Realidad medial. Selección de temas. Características de las narrativas de no ficción. Objetividad/Subjetividad. Aproximaciones al territorio y modos de abordaje. Ordenamiento y taggeo. Distinciones entre documental, ficción y falseamiento. Memoria y archivo individual. Hibridación e introducción a las narrativas de no ficción: crónica, retrato, ensayo. Planificación, desarrollo y terminación de narrativas de no ficción.

Bibliografía básica:

Ardini, C. (2018). *Contar (las) historias: manual para experiencias transmedia sociales*. Mutual conexión. <http://transmediacordoba.org.ar/wp-content/uploads/2018/08/Contar-las-historias-Manual-para-experiencias-transmedia-sociales.pdf>

Díaz Noci, J. (2000). *La escritura digital*. Fundación Talaia.

Irigaray, F. y Lovato, A. (Eds) (2015). *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*. UNR.

Natale, L. (Coord.) (2012). *En carrera: escritura y lectura de textos académicos y profesionales*. UNGS.

Rost, A., Bernardo, M. y Bergero, F. (Comps) (2016). *Periodismo Transmedia. La narración distribuida de la noticia*. Universidad Nacional del Comahue.

Bibliografía complementaria:

Eco, U. (1987). *La estrategia de la ilusión*. Lumen-Ediciones de la Flor.

Irigaray, F. (2015). *Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad*. UNR.

Irigaray, F. y Lovato, A. (Eds) (2014). *Hacia la comunicación transmedia*. UNR.

Klein, I. (Coord.) (2004). *El taller del escritor universitario*. Prometeo.

Landow, G. (1992). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Paidós.

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios. La imagen en la era digital*. Paidós Ibérica.

Pariser, Eli (2017). *El filtro Burbuja: cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.

Inteligencia artificial

Contenidos mínimos:

Definición del campo de la IA. Funcionamiento y entrenamiento de la tecnología de IA para el aprendizaje con datos. Capacidades y limitaciones de las herramientas de IA. Supervisión humana en el uso de la IA. Aplicaciones de la IA generativa en distintos ámbitos socio-productivos. Modelos de IA. Productividad y optimización de procesos con IA. IA y su dimensión ética. IA y escenarios emergentes en tecnología. Lógicas simbólica y no simbólica. La lógica y sus representaciones. Problemas. El pensamiento. Razonamiento. Los sistemas de razonamiento lógicos. Programación Lógica (por ejemplo, Prolog/Lisp).

Bibliografía básica:

Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*. Stanford University Press.

Crawford, K. (2022). *Atlas de inteligencia artificial : poder, política y costos planetarios*. Fondo de Cultura Económica.

Jones, M. O. (2020). *Creativity and AI: A Human-Machine Partnership*. Polity.

Masip Rodó, D, Escudero Bakx, G. Benítez Iglésias, R. y Kanaan Izquierdo, S. (2013). *Inteligencia artificial avanzada*. Editorial UOC.

McStay, A. (2020). *Emotional AI: The Rise of Empathic Media*. SAGE Publications.

Russell, S., & Norvig, P. (2016). *Inteligencia artificial: Un enfoque moderno*. Pearson Educación.

Bibliografía complementaria:

Basco, A., Beliz, G., Coatz, D. y Garnero, P. (2018). *Industria 4.0: fabricando el futuro*. BID.

Benaich, I., & Hogarth, I. (2023). *State of AI Report 2023*. <https://www.stateof.ai>

Convergencia tecnológica y paradigmas comunicacionales

Contenidos mínimos:

Orígenes y principios básicos de la digitalización. La transformación digital y la sociedad, cultura, y economía. Sociedad de la información. Sociedad del conocimiento. Internet y su

evolución. Sociedad en red. Neutralidad de la red. Paradigmas comunicacionales y convergencia tecnológica. Convergencia entre tecnología, cultura y empresa. Comunicación e interactividad. Tecnologías disruptivas y comunicación: big data, gamificación, narrativas transmedia, storytelling. Convergencia y entretenimiento. Convergencias sobre un mismo producto. Narrativa, público, usuarios y clientes.

Bibliografía básica:

- Basco, A., Beliz, G., Coatz, D. y Garnero, P. (2018). *Industria 4.0: fabricando el futuro*. BID.
- Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital. Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo XXI.
- Castells, M. (Coord.) (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza.
- Freire Sánchez, A. (2017). *¿Cómo crear un storytelling de marca? De la teoría a la práctica profesional*. Editorial UOC.
- Slotnisky, D. (2016). *Transformación digital. Cómo las personas y las empresas deben adaptarse a esta revolución*. Distal.
- van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.
- Göbel, B. y Chicote, G. (Ed.) (2017). *Transiciones inciertas: Archivos, conocimientos y transformación digital en América Latina*. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación; Berlín: Ibero-Amerikanisches institut. <http://libros.fahce.unlp.edu.ar/index.php/libros/catalog/book/99>
- Selfa Sastre, M. y Falguera García, E. (Coords.) (2021). *Comunicación y lectoescritura: nuevos paradigmas*. Grao.

Bibliografía complementaria:

- Cerezo, P. (2022). *Deconstruyendo los medios. Cómo adaptar las empresas de comunicación al entorno digital*. Almuzara.
- Negroponte, N. (1999). *Ser digital*. Editorial Atlántida.
- Odetti, V. (2018). *Narrativas Transmedia*. El abrojo.
- Piscitelli, A. (2011). *El paréntesis de Gutenberg. La religión digital en la era de las pantallas ubicuas*. Santillana.
- Pombo, C.; Gupta, R. y Stankovic, M. (2018). *Servicios sociales para ciudadanos digitales: Oportunidades para América Latina y el Caribe*. Washington: BID.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.

Sosa Escudero, W. (2018). *Big data. Breve manual para conocer la ciencia de datos que ya invadió nuestras vidas. siglo XXI.*

Experiencia de Usuario e Interfaz de Usuario

Contenidos mínimos:

Diseño centrado en la experiencia de usuario. Teoría de Interfaces del Usuario. Desarrollo de la Interfaz de Usuario usable y accesible. Etapas de Ingeniería de Software. Metodologías de diseño inclusivo. Métodos de evaluación de usabilidad y accesibilidad Estándares internacionales, leyes y normas sobre accesibilidad. Diseño de diferentes clases de interfaces. Prototipación. Wireframes. Interfaces no tradicionales. Integración de medios no tradicionales de comunicación. El audio, tacto y voz. Visualización de datos masivos. Sistemas colaborativos.

Bibliografía básica:

- Diaz, J., Harari, I. y Amadeo, A. (Coords.) (2020). *Accesibilidad web: Una mirada integral*. EDULP.
- Diaz, J., Harari, I. y Amadeo, A. (2013). *Guía de recomendaciones para diseño de software centrado en el usuario*. EDULP.
- Gothelf, J. & Seiden, J. (2021). *Lean UX: Designing Great Products with Agile Teams*. O'Reilly Media
- Krug, S. (2015). *No me hagas pensar. Una aproximación a la usabilidad en la web y en los móviles*. Anaya.
- Mordecki, D. (2012). *Miro y entiendo. Guía práctica de Usabilidad*. Biblioteca Concreta/ORT.
- Shneiderman, B., Plaisant, C., Cohen, M. & Jacobs, S. (2009). *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*. Pearson.

Bibliografía complementaria:

- Camus, J.C. (2009). *Tienes cinco segundos*. Juan Carlos Camus. <http://www.tienes5segundos.cl/>
- Carroll, J. & Reitman Olson, R. (Eds.) (1987). *Mental Models in Human-Computer Interaction. Research Issues About What the User of Software Knows*. National Academy Press.
- Johnson, J. (2020) *Designing with the Mind in Mind: Simple Guide to Understanding User Interface Design Guidelines*. Morgan Kaufmann.
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Morgan Kaufmann.

Norman, D. (2005): *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*. Paidós.

Trabajo Final Integrador I

Contenidos mínimos:

El *Trabajo Final Integrador* podrá consistir en una investigación teórica o empírica sobre temas y problemas del área de conocimiento o en trabajos de desarrollo y producción. Los Trabajos Finales Integradores se organizan pedagógica, administrativa y operativamente a partir del Reglamento de Trabajo Final Integrador aprobado por el Consejo Superior.

Periodismo de Datos

Contenidos mínimos:

Obtención, funcionamiento e interpretación de datos. Formatos y fuentes. Datos abiertos. Acceso a la información pública. Filtrado y procesamiento de datos. Planillas de cálculo. Fórmulas y operaciones básicas con datos. Producción de contenido a partir de datos. Limpieza de datos. Periodismo y datos. Tema, selección y producción de base de datos. Cruce, verificación y correlación de datos. Periodismo colaborativo. Colaboración internacional. Hackatones. Georeferenciación. Visualización de datos e información. Infografías. Aplicaciones. Casos. Herramientas y metodología.

Bibliografía básica:

Crucianelli, S. (2010). *Herramientas digitales para periodistas*. Knight Center for Journalism in the Americas. <https://journalismcourses.org/wp-content/uploads/2020/08/Digital-Tools-for-Journalists-esp.pdf>

Chivers, T. & Chivers, D. (2021). *How to read numbers. A guide to stats in the news (and knowing when to trust them)*. Weidenfeld & Nicolson.

Gray, J., Bounegru, L. & Chambers, L. (Eds) (2012). *Manual de Periodismo de Datos. Cómo los periodistas pueden utilizar los datos para mejorar las noticias*. <https://interactivos.lanacion.com.ar/manual-data/>

Harford, T. (2021). *The data detective: Ten easy rules to make sense of statistics*. Riverhead Books.

Hermida, A. & Lynn Young, M. (2021). *Data journalism and the regeneration of news*. Routledge.

Bibliografía complementaria:

Flores Viva, J. y Salinas Aguilar, C. (2013). El periodismo de datos como especialización de las organizaciones de noticias en Internet. *Correspondencias & Análisis*, (3), 15 – 34. <https://doi.org/10.24265/cian.2013.n3.01>

Sabés Turmo, F. y Verón Lassa, J. (Coords.) (2013). *Comunicación y la red. Nuevas formas de periodismo* [XIV Congreso de Periodismo Digital] Huesca: Asociación de Periodistas de Aragón.

Sosa Escudero, W. (2022). *¿Qué es (y qué no es) la estadística?* Siglo XXI.

Análisis y Desarrollo de Audiencias

Contenidos mínimos:

Definiciones de audiencias. Clasificación y métricas tradicionales y digitales. Indicadores. Métricas (alcance y de comportamiento). Analytics. Tracking. Sesiones. Rebotes. Segmentación. Funnel de conversión. Trends. Social Listening. Dashboards. Reportes en tiempo real. Branding. Adquisición, retención y monetización.

Bibliografía básica:

Álvarez Monzoncillo, J. M. (2011). *La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios*. Fundación Telefónica-Ariel.

Del Fresno, M. (2012). *El consumidor social: reputación online y 'social media'*. Editorial UOC.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.

Kaushik, A. (2017). *Analítica Web 2.0*. Wiley Publishing Inc.

McElheran, K & Brynjolfsson, E. (2016) *The Rise of Data-Driven Decision Making Is Real but Uneven*. Harvard Business Review.

Monleón-Getino, A. (2015). *El impacto del Big-data en la Sociedad de la Información. Significado y utilidad*. Universidad de Barcelona.

Raghavendra Rao, N. (2016). *Social Media Listening and Monitoring for Business Applications*. Business Science Reference.

Rigo, M. N. (2017). El rol de las audiencias en un contexto de convergencia digital. *Actas De Periodismo Y Comunicación*, 3(1). Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/4407>

Bibliografía complementaria:

Bustamante, E. (1999). *La televisión económica: financiación, estrategias y mercados*. Gedisa.

Roca, G. (2012). ¿Qué dice la Red de ti? Redes sociales e identidad digital. *Telos*, 91, 96-98.

Ryan, Lindy. (2016). *The Visual Imperative. Creating a visual culture of Data Discovery*. Morgan Kaufmann.

Sánchez, A.; Pérez-Latre, F. J. (2012). *Innovación en los medios. La ruta del cambio*. Eunsa.

Velilla Gil, J. (2010). *Branding. Tendencias y retos en la comunicación de marca*. Editorial UOC.

Vila Grifo, A., Ollé Castellà, C., Roca Puigvert, M. y Cavaller Reyes, V. (2013). *Análisis de audiencias y estrategias de visibilidad*. Editorial UOC.

Geopolítica de la Comunicación y los Contenidos

Contenidos mínimos:

La comunicación digital e interactiva en el contexto local, regional y global. Geopolítica y comunicación. Medios y geopolítica. Geografía y geoeconomía. Desarrollo e interés nacional. Política de contenidos y relaciones internacionales. Agencias y flujo de información: períodos, transformaciones y actualidad. Cadenas de noticias y flujo de información de 24 horas. Contenidos, redes sociales y tecnologías de la información y la comunicación. Ciudad, urbanización, comunicación y política. Informe McBride. Información, comunicación y mercado global. Gobiernos, gobernanza y comunicación. Construcción de relatos, contenidos de ficción. Ideología, medios y comunicación.

Bibliografía básica:

- Caldera, J., Nuño, M. V. y Zapico, F. (2004). Las agencias internacionales de noticias como fuente de información audiovisual. *Scire: Representación y organización del conocimiento*, 10(2), 137-146. <https://doi.org/10.54886/scire.v10i2.1500>
- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. *Telos*, 74(1), 1-19. <https://bit.ly/3lbXcti>
- Castro, J. L. D. (1999). Medios de comunicación y relaciones internacionales. *Cursos de Derecho Internacional de Vitoria-Gasteiz*, 175-233.
- Koutoudjian, A., Caruso, S., Curti, S., Koutoudjian, G.; Koutoudjian, J., Moresi, A. y Reyes, M. (2021). *Geopolítica argentina*. EUDEBA.
- Magnani, E. (2017). Big data y política: El poder de los algoritmos. *Nueva sociedad* (269), 45-55. https://static.nuso.org/media/articles/downloads/2.TC_Magnani_269.pdf
- Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Politai*, 2(3), 96-111. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>
- Tallarico, G. (2017). Narrativas institucionales en redes sociales. *Actas De Periodismo y Comunicación*, 2(1). <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/4170>

Bibliografía complementaria:

- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista mexicana de opinión pública*, (19), 61-78. <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2015.02.001>
- Constantini, M. (2018). *Cibergeopolítica y virtualización*. X Jornadas de Sociología de la UNLP, 5 al 7 de diciembre de 2018, Ensenada, La Plata. EN: [Actas]. Ensenada: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

Departamento de Sociología. En Memoria Académica. Disponible en:
http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.11440/ev.11440.pdf

Moreno, A. (24 de abril de 2019) *La digitalización de lo cotidiano*. Agencia Latinoamericana de Información. ALAI. <https://www.alai.info/199480-2/>

Segura Vázquez, A. (2013). Poder y Transmedia en la Sociedad Red: El Transpoder Mediático. *Razón Y Palabra*, 17(83), 156–177.
<https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/517>

Uranga, W. (2022). *Políticas Sociales: estrategias para construir un nuevo horizonte de futuro* (vol. 5). Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, CEIL-CONICET, FAUATS, RIPPSO.

Vila Seoane, M. y Saguier, M. (2019). Ciberpolítica, digitalización y relaciones internacionales: un enfoque desde la literatura crítica de economía política internacional. *Relaciones Internacionales* (40), 113-131.
<https://doi.org/10.15366/relacionesinternacionales2019.40.005>

Electiva I

Contenidos mínimos:

Corresponden con asignaturas de libre elección que el estudiantado podrá seleccionar a partir de sus intereses y la orientación de su trayectoria. Estas asignaturas podrán ser elegidas a partir de una lista cerrada y pueden pertenecer a planes de estudio de otras carreras. Las asignaturas electivas deben estar aprobadas por Consejo Superior.

Inglés II

Contenidos mínimos:

Vocabulario técnico y disciplinar. Verbos modales. Comparativos y superlativos. Voz pasiva. Reported speech.

Bibliografía básica:

Oxenden, C., Latham-Koenig, Ch y Seligson, P. (2012) *English file. Pre-intermediate Student's Book*. United Kingdom: Oxford University Press.

Bibliografía complementaria:

Oxford Languages (2008). *Oxford Spanish Dictionary*. Oxford University Press

Steiner, R. (2004). *Webster's New World International Spanish Dictionary/ Webster's. English-Spanish, Spanish-English*. Webster's New World.

Metodología de la Investigación

Contenidos mínimos:

Método y proceso. Objeto de estudio. Estudios empíricos y teóricos. Principales corrientes metodológicas y técnicas de investigación. Investigación cualitativa. Investigación cuantitativa. El proceso de investigación. Etapas del proceso de investigación en Ciencias Sociales. Elección, delimitación del objeto y el campo de la investigación. Formulación del problema a investigar. Técnicas de recolección, procesamiento y análisis de los datos. Construcción y validación de herramientas. Procesamiento y sistematización de la información cualitativa. Triangulación metodológica. Discusión de las distintas metodologías y técnicas referidas a la investigación. Investigación académica e investigación de mercado. Selección y uso de bibliografía y materiales de documentación.

Bibliografía básica:

Buacar, N. (Comp.) (2022). *Desenredando la ciencia. Una mirada filosófica sobre su práctica, su historia y su dimensión social*. EUDEBA.

Carballeda, A. (2013). *La intervención en lo social como proceso. Una aproximación metodológica*. Espacio.

Pérez, L., Seca, M. V. y Pérez, R. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Maipue.

Wainerman, C y Sautu, R. (Comp.) (2011). *La trastienda de la investigación*. Manantial.

Bibliografía complementaria:

Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Siglo XXI.

Orozco Gómez, G. y González R. (2012). *Una coartada metodológica: abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Tintable.

González Frígoli, M., & Racioppe, B. (2015). Investigación y formación en comunicación en los nuevos territorios digitales. *Oficios Terrestres*, 1(33), 39–49.
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/2634>

Souza, M. S., Giordano, C y Migliorati, M. (Eds) (2012). *Hacia la tesis: itinerarios conceptuales y metodológicos para la investigación en comunicación*. UNLP.
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/42082>

Comunicación Política

Contenidos mínimos:

Comunicación política. Problemáticas contemporáneas de la comunicación política: fake news, redes sociales. Construcción de discurso político. Propaganda, debate y Storytelling. Publicidad electoral en diferentes medios. Estrategias de campaña electoral. Marketing político y campaña permanente. Herramientas de información y análisis. Reputación en

redes. Sondeos, perfiles y comportamiento electoral. Instrumentos de comunicación política: audiovisuales, redes sociales, gráfica. Comunicación institucional, gubernamental. Profesionalización de la gestión comunicacional. Comunicación digital, web oficial y mailing. Gestión de redes, Social Media Plan, plataformas.

Bibliografía básica:

Crespo, I., Carletta, I., Garrido, A., Riorda, M. (2011). *Manual de comunicación política y estrategias de campaña. Candidatos, medios y electores en una nueva era*. Editorial Biblos.

Elizalde, L. y Riorda, M. (Comps.) (2020). *Comunicación Gubernamental más 360 que nunca*. La Crujía.

Mastrini, G., Bizberge, A. y de Charras, D. (Eds) (2013). *Las políticas de comunicación en el siglo XXI: nuevos y viejos desafíos*. La Crujía.

Riorda, M. y Rincón, O. (Eds) (2016). *Comunicación gubernamental en acción*. Editorial Biblos.

Rincón, O. y Ponce, M. (2020). *Fakecracia*. Editorial Biblos.

Bibliografía complementaria:

Carballeda, A. (2013). *La intervención en lo social como proceso. Una aproximación metodológica*. Espacio.

Del Rey, J. y Crespo, I. (2013). *Comunicación política y campañas electorales en América Latina*. Editorial Biblos.

Farre, M. y Riorda, M. (2012). *¡Ey, las ideologías existen! Comunicación política y campañas electorales en América Latina*. Editorial Biblos.

Freire Sánchez, A. (2017). *¿Cómo crear un storytelling de marca? De la teoría a la práctica profesional*. Editorial UOC.

Gray, J., Bounegru, L. & Chambers, L. (Eds) (2012). *Manual de Periodismo de Datos. Cómo los periodistas pueden utilizar los datos para mejorar las noticias*. <https://interactivos.lanacion.com.ar/manual-data/>

Rodríguez Brito, A. y García Chico, L. (2013). Big data y periodismo en el continente americano. Cinco casos de estudio. *Telos*, (95), 1-15.

Economía del Conocimiento

Contenidos mínimos:

Métodos, teorías, supuestos y modelos de la Economía como ciencia. Problemas económicos centrales. Los sectores de la Economía. Los sistemas económicos. Recursos, tecnología, instituciones, población. Microeconomía: conceptos básicos. conducta del consumidor. Comportamiento de la empresa. Los mercados: sistemas de precios. Oferta y demanda.

Elasticidad. Macroeconomía: conceptos básicos, supuestos y variables macroeconómicas, condición de equilibrio macroeconómico.

Economía del Conocimiento: el conocimiento y la información como generadores de resultados, valores, mejoras y utilidades. Capital tangible e intangible en la Economía del Conocimiento. Rubros de la Economía del Conocimiento: empresas de base tecnológica, empresas de software, biotecnología, nanotecnología, nanociencia, I+D+i, telecomunicaciones, robótica e industria aeroespacial, inteligencia artificial, Internet de las Cosas, Realidad Aumentada y Realidad Virtual, Simulación, entre otros. Marco legal.

Bibliografía básica:

Basco, A., Beliz, G., Coatz, D. y Garnero, P. (2018). *Industria 4.0: fabricando el futuro*. BID.

David, P. y Forey, D. (2002). Fundamentos económicos de la sociedad del conocimiento”. *Comercio Exterior*, 52 (6), 472 - 490.

De Santis, G. (2019). *Introducción a la Economía Política: una visión desde la periferia*. La Plata: EDULP.

Mochon, F. y Beker, V. (2008). *Economía. Elementos de micro y macroeconomía*. McGraw-Hill Interamericana.

Bibliografía complementaria:

Foray, D., & Lundvall, B.A. (1996). The Knowledge-based economy: from the economics of knowledge to the learning economy. En: *Employment and growth in the knowledge-based economy*. París: OCDE.

Gill, I., Guasch, J., Maloney, W., Perry, G. y Shady, N. (2005). *Cerrar la brecha en educación y tecnología*. Banco Mundial/Alfaomega.

Pombo, C.; Gupta, R. y Stankovic, M. (2018). *Servicios sociales para ciudadanos digitales: Oportunidades para América Latina y el Caribe*. Washington: BID.

Schwab, Klaus. (2017). *La cuarta revolución industrial*. España: Penguin Random House.

Programación II

Contenidos mínimos:

Análisis de rendimiento de software. Manejo de aserciones. Clases en Python. Herencia múltiple. Variables privadas. Iteradores y generadores. Decoradores. Ambientes virtuales. Paquetes de Python para ciencia de datos. Utilización de código C, C++, y Fortran desde

Python. Ambientes integrales de desarrollo (IDE). Sistemas de control de versión. Nociones básicas del lenguaje de análisis estadístico R.

Bibliografía básica:

Bruce, P., Bruce, A y Gedeck, P. (2022). *Estadística práctica para ciencia de datos con R y Python*. Marcombo.

Buttu, M. (2016). *El gran libro de Python*. Alfaomega/Marcombo.

López, G. (2009). *Análisis y diseño de algoritmos: implementaciones en C y Pascal*. Alfaomega.

Lovos, E. y Goin, M. (2020). *Problemas y algoritmos. Un enfoque práctico*. Editorial UNRN.

Murray, W., Pappas, Ch. (1996). *Programación C/C++*. Anaya

Bibliografía complementaria:

Aho, A., & Ullman, J. (1994) *Foundations of Computer Science. C Edition*. W. H. Freeman.

Baase, S. & Van Gelder, A. (1999). *Computer Algorithms. Introduction to Design and Analysis*. Pearson.

Guerequeta, R. y Vallencillo, A. (2000). *Técnicas de diseño de algoritmos*. Servicio de Publicación de la Universidad de Málaga.

Meyer, B. (1998). *Construcción de software orientado a objetos*. Prentice-Hall.

Schildt, H.(2001). *C: Manual de referencia*. McGraw-Hill.

Skiena, S. (2008). *The Algorithm Design Manual*. Springer.

Marco jurídico de la Comunicación
Ciclo: profesional
Carga horaria total: 64 hs
Carga horaria semanal: 4 hs
Contenidos mínimos: Información personal e información pública: derecho y libertades inherentes. Libertad de expresión, libertad de prensa y derecho de la comunicación. Comunicación, información y derechos: garantías constitucionales, normativa y jurisprudencia nacional e internacionales. Comunicación y censura. Fuente de información: protección y marco legal. Sujetos de la comunicación. Universalidad de sujetos: género, identidad, disidencias, discapacidad. Estado y derecho a la comunicación. Acceso a la información pública. Datos abiertos. Derechos del sujeto profesional de la comunicación. Responsabilidades penales ulteriores a la emisión de mensajes. Delitos contra el honor. Doctrina de la Real Malicia. Responsabilidad civil de la prensa. Derechos de autor y derechos conexos. Protección de la creación periodística y comunicacional. Creative Commons. Derechos de autor e Internet.
Bibliografía básica: Aguiar, A. (2007). Jurisprudencia interamericana sobre libertad de expresión y derecho a réplica. http://www.corteidh.or.cr/tablas/r37840.pdf Hessling Herrera, F. D. (2021). Derecho a la comunicación, periodismo e interés público: de la OC-5/85 a los problemas éticos actuales. <i>Derecho y Ciencias Sociales</i>, (24), 085. https://doi.org/10.24215/18522971e085 Lipszyc, D. (2017). <i>Nuevos temas de derecho de autor y derechos conexos</i>. Cerlalc. Loreti, D. (1995). <i>El derecho a la información. Relación entre medios, público y periodistas</i>. Paidós. Loreti, D y Lozano, L. (2014). <i>El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas</i>. Siglo XXI. Mastrini, G., Bizberge, A y de Charras, D (Eds) (2013). <i>Las políticas de comunicación en el Siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos</i>. La Crujía. Porto, R. y Fiorenza, A. (2018). <i>Libertad de Expresión y Derecho a la Información en Latinoamérica. Tres visiones regulatorias</i>. Editorial Albrematica. Bibliografía complementaria:

- Asamblea General de la ONU (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos* (217 [III] A). París. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- Constitución de la Nación Argentina [Const.]. Ley 24.430. 3 de enero de 1994 (Argentina). <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/804/norma.htm>
- Ley 11.723. Régimen legal de la propiedad intelectual (26 de septiembre de 1933). <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=42755>
- Ley 12.908. Estatuto del periodista profesional (11 de julio de 1947). <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=43608>
- Ley 24.240. Defensa del consumidor (13 de octubre de 1993). <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>
- Ley 25.326. Habeas Data. Régimen Legal (2 de noviembre de 2000). <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=64790>
- Ley 25.570. Preservación de bienes y patrimonios culturales (7 de julio de 2003). <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=86632>
- Ley 26.522. Servicios de Comunicación Audiovisual (10 de octubre de 2009). <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>
- Ley 27. 275. Derecho de acceso a la información pública (29 de septiembre de 2016). <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/151503/null>
- Decreto 267 de 2015 [Presidencia de la Nación Argentina]. Ente Nacional de Comunicaciones. 29 de diciembre de 2015. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/257461/norma.htm>
- Decreto 554 de 1997 [Presidencia de la Nación Argentina]. Declárase de Interés Nacional el acceso de los habitantes de la República Argentina a la red mundial INTERNET. 23 de junio de 1997. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/44083/norma.htm>
- Suárez, E. (2020). *Introducción al Derecho*. Ediciones UNL. https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/bitstream/handle/11185/5535/introduccio%cc%81n_al_%20DERECHO_web.pdf

Investigación Periodística

Contenidos mínimos:

La investigación como práctica clave del periodismo. Responsabilidades y rol de la investigación periodística. Discusiones en torno al concepto de “periodismo de investigación”. Investigación, comunicación y medios. Antecedentes y actualidad de la investigación periodística. Noticiabilidad y construcción de la noticia basada en la investigación. Agenda. Contexto y evaluación de temas. Métodos, técnicas y estrategias de la investigación periodística. Fuentes tradicionales y nuevas fuentes. Fuentes offline y online. Documentación, base de datos, análisis de datos. Las Tecnologías de la Comunicación y la información en la investigación periodística. Buenas prácticas y ética periodística.

Bibliografía básica:

Ametrano, L. (Coord.) (2017). *Técnicas de investigación social*. UNLP.
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/61151>

Domínguez, N., Valdés, R. y Zanduetta, L. (Coords.) (2013). *Aportes teórico-metodológicos para la investigación en Comunicación*. UNLP.
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/27876>

Gómez, J. y Atlante, P. (Coords.) (2012). *Periodismo y convergencia tecnológica*. EUDEBA.

Indart, R (2018). *¿Cómo encarar una investigación periodística?: consejos para un proceso de investigación y publicación exitoso*. [Tesina, Facultad de Ciencias Sociales, UBA].
<http://repositorio.sociales.uba.ar/items/show/1750>

Rodríguez Brito, A. y García Chico, L. (2013). Big data y periodismo en el continente americano. Cinco casos de estudio. *Telos*, (95), 1-15.

Bibliografía complementaria:

Carballeda, A. (2013). *La intervención en lo social como proceso. Una aproximación metodológica*. Espacio.

Gray, J., Bounegru, L. & Chambers, L. (Eds) (2012). *Manual de Periodismo de Datos. Cómo los periodistas pueden utilizar los datos para mejorar las noticias*.
<https://interactivos.lanacion.com.ar/manual-data/>

Pérez, L., Seca, M. V. y Pérez, R. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Maipue.

Wainerman, C y Sautu, R. (Comp.) (2011). *La trastienda de la investigación*. Manantial.

Emprendedurismo en el campo de la comunicación digital e interactiva

Contenidos mínimos:

Empresas de contenidos. Empresas de doble naturaleza: cultural y económica. Empresa e ideología. Marketing, recursos humanos, finanzas y operaciones. Mercados locales, regionales y globales. Ecosistema emprendedor: incubadoras, aceleradoras, inversiones e inversores. Ideas, pilotos y prototipos. Pitching. Fomento público. Planes de negocio. Estructura jurídica (SA, SRL, SAS, BIC). Estrategias de desarrollo del pensamiento creativo. Gestión del cambio. Marco ético de las organizaciones. Responsabilidad social.

Bibliografía básica:

Arellano Cueva, R. (2010). *Marketing: enfoque América Latina. El marketing científico aplicado a Latinoamérica*. Pearson Educación.

Bazerman, M. y Chugh, D (2006). *Decisiones sin anteojeras*. Harvard Business Review.

Balanko-Dickson, G. (2008). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. McGraw-Hill.

Coleman, D. (2000). *La inteligencia emocional*. Vegara.

Dessler, G. y Varela Juárez, R. (2011). *Administración de Recursos Humanos. Enfoque latinoamericano*. Pearson Educación.

Hiam, A. y Olander H. (1997) *Guía del emprendedor*. Prentice Hall Hispanoamericana.

Kahnemann, D. (2012). *Pensar rápido, pensar despacio*. Debate.

Kofman, F. (2018). *La empresa consciente*. Grito Sagrado Editorial de la Fundación de Diseño Estratégico.

Roitter, S (2019). *Cambio tecnológico y empleo: aportes conceptuales y evidencia frente a la dinámica en curso*. CIECTI. http://www.ciecti.org.ar/wp-content/uploads/2019/01/DT15.1_v2.pdf

Bibliografía complementaria:

Alles, M. (2000). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Gestión por competencias*. Granica.

Cohn, M. (2005). *Agile Estimating and Planning*. Pearson.

Gupta, R. & Madam, S. (2002). *Digital Marketing: The Science and Magic of Digital Marketing Can Help You Become a Successful Marketing Professional*. BPB Publications.

Kotler, Ph. y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos del marketing*. Pearson Educación.

Ortiz, W., Maure, F., Núñez, F. y Solari, E. (2017). *Experiencias locales e internacionales de Responsabilidad Social Empresarial*. EDULP.

Osterwalder, A. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.

Pombo, C.; Gupta, R. y Stankovic, M. (2018). *Servicios sociales para ciudadanos digitales: Oportunidades para América Latina y el Caribe*. BID.

Schiffman, L., Kanuk, L. y Wisenblit, J. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Pearson.

Electiva II

Contenidos mínimos:

Corresponden con asignaturas de libre elección que el estudiantado podrá seleccionar a partir de sus intereses y la orientación de su trayectoria. Estas asignaturas podrán ser elegidas a partir de una lista cerrada y pueden pertenecer a planes de estudio de otras carreras. Las asignaturas electivas deben estar aprobadas por Consejo Superior.

Producción Audiovisual III: transmedia

Contenidos mínimos:

Narrativa transmedia: producción y análisis. Narrativa transmedia literaria y audiovisual. Interfaces, redes, y estándares de la narrativa transmedia. Narrativas y realidad (realidad virtual, real, alternativa, metaverso). Inmersión. Series. Interactividad. Coproducción, consumidores y prosumidores. Branding. Storytelling. Gamificación.

Bibliografía básica:

Camus, J.C. (2009). *Tienes cinco segundos*. Juan Carlos Camus. <http://www.tienes5segundos.cl/>.

Freire Sánchez, A. (2018). *La nueva narrativa transmedia de la generación Google Kids*. Editorial UOC.

Hedge, S. (Ed.) (2021). *Roleplaying Games in the Digital Age: Essays on Transmedia Storytelling, Tabletop RPGs and Fandom*. McFarland.

Johnson, J. (2020) *Designing with the Mind in Mind: Simple Guide to Understanding User Interface Design Guidelines*. Morgan Kaufmann.

Landau, N. (2018). *TV Writing on Demand: Creating Great Content in the Digital Era*. Routledge.

Schulkin, J. (2022). *Vuelta por el metaverso*. Galerna.

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

Torrado Morales, S., Ródenas Cantero, G. y Ferreras Rodríguez, J. (Eds) (2017). *Territorios Transmedia y Narrativas Audiovisuales*. Editorial UOC.

Bibliografía complementaria:

- Ardini, C. (2018). *Contar (las) historias: manual para experiencias transmedia sociales*. Mutua conexión. <http://transmediacordoba.org.ar/wp-content/uploads/2018/08/Contar-las-historias-Manual-para-experiencias-transmedia-sociales.pdf>
- Díaz Noci, J. (2000). *La escritura digital*. Fundación Talaia.
- Freire Sánchez, A. (2017). *¿Cómo crear un storytelling de marca? De la teoría a la práctica profesional*. Editorial UOC.
- Irigaray, F. y Lovato, A. (Eds) (2015). *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*. UNR.
- Piscitelli, A. (2011). *El paréntesis de Gutenberg. La religión digital en la era de las pantallas ubicuas*. Santillana.
- Rost, A., Bernardo, M. y Bergero, F. (Comps) (2016). *Periodismo Transmedia. La narración distribuida de la noticia*. Universidad Nacional del Comahue.

Plataformas

Contenidos mínimos:

Plataformas: concepto y clasificación. Ecosistema digital. Conectividad, infraestructura y telecomunicaciones. Espectro radioeléctrico. Convergencia tecnológica y cultural. Políticas de comunicación e industria cultural. Internet y plataformas *Over-the-top* (OTT). Redes sociales, medios y plataformas. Streaming de video y audio. Capitalismo cognitivo y economía del conocimiento. Plataformas y tecnologías emergentes: inteligencia artificial, Internet de las Cosas, Realidad Aumentada y Realidad Virtual, Simulación. Producción, distribución, circulación y validación de la información. Hiper e hipo información. Problemáticas derivadas de la sobreabundancia de información: fake news, burbuja de filtros personalizados, cámara de espejos. Interfaz digital: relación humano-máquina. Intermediación y desintermediación. Ética hacker.

Bibliografía básica:

- Basco, A., Beliz, G., Coatz, D. y Garnero, P. (2018). *Industria 4.0: fabricando el futuro*. BID.
- Becerra, M (2021). Regulación de plataformas digitales: Dos casos de análisis con Google y Facebook como protagonistas. *Revista Argentina de Regulación y Derecho de las Telecomunicaciones*, 2, 1-12. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/166447/CONICET_Digital_Nro.76_41b979-0358-47c7-9019-f9f740fc1701_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Cerezo, P. (2022). *Deconstruyendo los medios. Cómo adaptar las empresas de comunicación al entorno digital*. Almuzara.

Fernández, J. (2021). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. La Crujía.

Guerevich, A. (2021). *La vida digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales*. La Crujía.

Himanen, P. (2004). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Destino.

Messuti, P. (2018). *La nueva oferta audiovisual en las plataformas OTT (Over The Top): marcos normativos y generación de contenidos en red*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María.
http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=2149

OBSERVACOM (2020). *Estándares para una regulación democrática de las grandes plataformas que garantice la libertad de expresión en línea y una Internet libre y abierta. Una perspectiva latinoamericana para lograr procesos de moderación privada de contenidos compatibles con los estándares internacionales de derechos humanos*. <https://www.observacom.org/wp-content/uploads/2021/02/Estandares-democraticos-para-regular-las-grandes-plataformas-de-Internet.pdf>

Bibliografía complementaria:

Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Paidós.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015). Nuevos medios y tecnologías, menos actores*. UNQ.

Carlón, M. y Scolari, C. (2014). *El fin de los medios masivos. El debate continúa*. La Crujía.

Cerezo, P. (2019). *Los medios ante los modelos de suscripción*. Editorial UOC

Foray, D., & Lundvall, B.A. (1996). The Knowledge-based economy: from the economics of knowledge to the learning economy. En: *Employment and growth in the knowledge-based economy*. París: OCDE.

Ford, A. (2005). *Resto del mundo. Nuevas mediaciones en las agendas críticas internacionales*. Norma.

Nogués, G. (2018) *Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad*. Abre.

Rigo, M. N. (2017). El rol de las audiencias en un contexto de convergencia digital. *Actas De Periodismo Y Comunicación*, 3(1).
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/4407>

Comunicación institucional, corporativa y asuntos públicos

Contenidos mínimos:

Principios y etapas de la comunicación en la empresa y en las instituciones. Relaciones públicas (RRPP). Temáticas y problemáticas de las RRPP desde una perspectiva comunicacional. Comunicación estratégica. La figura de el/la director/ra (Dircoms). Empresa, instituciones y medios. Empresa, instituciones y redes e interfaces. Imagen e identidad corporativa. Marca e identidad visual. Imagen pública. Gestión de la reputación. Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Gestión del conocimiento y diseño de información. La comunicación interna como herramienta de gestión organizacional. Gestión del cambio. Motivación y cultura organizacional. La comunicación en casos de crisis. Gestión de las emociones y comunicaciones difíciles. Impacto de la comunicación en la gestión cotidiana y en la productividad. Comunicación efectiva. Plan de comunicación corporativa. Comunicación y Asuntos Públicos. Relación comunicacional estratégica. Lobby. Mapa de públicos y de vínculos. Planes de comunicación.

Bibliografía básica:

- Delgado, M. (2011). *El espacio público como ideología*. Ediciones de la Catarata.
- Elizalde, L. (2008). *Estrategia en las crisis públicas. La función de la comunicación*. La Crujía.
- Elizalde, L. y Riorda, M. (Comps.) (2020). *Comunicación Gubernamental más 360 que nunca*. La Crujía.
- Etkin, M.E. (2012). *Comunicación para organizaciones sociales*. La Crujía.
- Furnham, A. (2001). *Psicología organizacional. El comportamiento del individuo en las organizaciones*. Oxford University Press.
- Kofman, F. (2018). *La empresa consciente*. Grito Sagrado Editorial de la Fundación de Diseño Estratégico.
- Lourau, R. (2013). *El análisis institucional*. Amorrotu.
- Mannucci, M. (2008). *Impacto corporativo. Diseño estratégico de la comunicación en la complejidad del contexto actual*. La Crujía.
- Martín Martín, I. (2007). Retos de la comunicación corporativa en la cultura empresarial de la sociedad del conocimiento. Responsabilidad social, reputación y comunicación estratégica. *Questión*, 1, (16). <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/31769>
- Medina-Aguerebere, P. (2013). *Marca y comunicación empresarial*. Editorial UOC.
- Robbins, S. y Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. Pearson.

Bibliografía complementaria:

- Burgueño Muñoz, J. (2014). *Comunicación institucional para periodistas Manual práctico de comunicación y relaciones públicas*. Editorial UOC.
- Crespo, I., Carletta, I., Garrido, A., Riorda, M. (2011). *Manual de comunicación política y estrategias de campaña. Candidatos, medios y electores en una nueva era*. Editorial Biblos.
- Kreps, G. (1995). *La comunicación en las organizaciones*. Addison-Wesley.
- Ortiz, W., Maure, F., Núñez, F. y Solari, E. (2017). *Experiencias locales e internacionales de Responsabilidad Social Empresaria*. EDULP.
- Rey Lennon, F. y Bartoli Piñero, J. (2008). *Reflexiones sobre el management de la omunicación*. La Crujía.
- Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Politai*, 2(3), 96-111.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>

Tendencias en Tecnología

Contenidos mínimos:

Industria del software. Tendencias tecnológicas del mercado. Las TIC y los modelos de negocio. Empresas de base tecnológica. Las TIC y la creación de valor. Las TIC y las ventajas competitivas sostenibles. Factores tecnológicos como condicionantes de un proyecto. El valor estratégico de la innovación en proyectos basados en TIC. Visioning. Tecnologías estandarizadas, experimentales y emergentes. Pilares tecnológicos actuales: sistemas de integración, máquinas y sistemas autónomos, Internet de las cosas, Manufactura aditiva, Big data, Cloud Computing, Simulación, Inteligencia Artificial, Ciberseguridad, Realidad Aumentada, Blockchain, Internet 3.0.

Bibliografía básica:

- Basco, A., Beliz, G., Coatz, D. y Garnero, P. (2018). *Industria 4.0: fabricando el futuro*. BID.
- Lerena, O. (2019). *Métodos y aplicaciones de la ciencia de datos para las políticas de CTI: redes sociales, minería de textos y clustering*. CIECTI. <http://www.ciekti.org.ar/wp-content/uploads/2019/07/DT16-Ciencia-de-Datos-y-Pol%C3%ADticas-CTI1.pdf>
- Malvicino, F. (2016). *Big data : avances recientes a nivel internacional y perspectivas para el desarrollo local*. CIECTI. <http://www.ciekti.org.ar/wp-content/uploads/2021/04/DT3-BigData-avances-y-perspectivas-de-desarrollo-local.pdf>
- Masip Rodó, D, Escudero Bakx, G. Benítez Iglésias, R. y Kanaan Izquierdo, S. (2013). *Inteligencia artificial avanzada*. Editorial UOC.

Roitter, S. (2019) *Cambio tecnológico y empleo: aportes conceptuales y evidencia frente a la dinámica en curso*. CIECTI. http://www.ciecti.org.ar/wp-content/uploads/2019/01/DT15.1_enero2019.pdf

Swan, M. (2015). *Blockchain. Blue print for a new economy*. O'Reilly Media

Bibliografía complementaria:

Aguirre, A. y Moretti, M. (2020). *Sociedad de la Información y Transformación Digital*. [Documento de cátedra]. Cátedra Libre Teletrabajo y Sociedad. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/108656>

Cubo, A., Hernández Carrión, J., Porrúa, M. y Roseth, B. (2022). *Guía de transformación digital del gobierno*. BID. <http://dx.doi.org/10.18235/0004402>

Luzardo, A. y Funes, G. (2019). *Emprendimientos tecnocreativos: Creatividad y tecnología, ¿aliados o enemigos?*. BID. <http://dx.doi.org/10.18235/0001854>

Ortiz Pabón, E. y Nagles García, N. (2013). *Gestión de tecnología e innovación*. Universidad EAN.

Pombo, C.; Gupta, R. y Stankovic, M. (2018). *Servicios sociales para ciudadanos digitales: Oportunidades para América Latina y el Caribe*. BID.

Trabajo Final Integrador II

Contenidos mínimos:

El *Trabajo Final Integrador* podrá consistir en una investigación teórica o empírica sobre temas y problemas del área de conocimiento o en trabajos de desarrollo y producción. Los Trabajos Finales Integradores se organizan pedagógica, administrativa y operativamente a partir del Reglamento de Trabajo Final Integrador aprobado por el Consejo Superior.

ANÁLISIS DE CONGRUENCIA

Alcances	Perfil	Objetivos	Asignaturas	Contenidos mínimos
Analizar, crear y difundir de forma crítica, consecuente y criteriosa prácticas de comunicación en el entorno digital. Participar de equipos interdisciplinarios, empresas y organizaciones del sector público y privado. Diseñar y elaborar narrativas transmedia en el ámbito social, cultural y comunicacional. Crear, diseñar y producir contenido multimedia y arte digital. Diseñar, planificar, coordinar y evaluar campañas de comunicación, promoción y prensa basadas en narrativas transmedia y sobre ecosistemas de plataformas	La carrera de Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva de la UIT apunta a la formación de profesionales con competencias para llevar a cabo el análisis crítico, la creación consecuente y la difusión criteriosa de prácticas de comunicación en el entorno digital. Contarán con habilidades y destrezas para abordar el diseño y desarrollo comunicacional sostenido en los lenguajes, narrativas y ecosistemas de plataformas emergentes y transmedia desde un conocimiento teórico y técnico específico, y capacidad para trabajar de forma autónoma y colaborativa en equipos inter y transdisciplinarios en empresas y organizaciones del sector público y privado, donde podrán gestionar,	Formar profesionales que sean capaces de llevar a cabo el análisis crítico, la creación consecuente y la difusión criteriosa de prácticas de comunicación en el entorno digital. Formar profesionales en las competencias necesarias para abordar el diseño y desarrollo comunicacional sostenido en los lenguajes, narrativas y ecosistemas de plataformas emergentes desde un conocimiento teórico y técnico específico, y capacidad para trabajar en equipos interdisciplinarios, empresas y organizaciones del sector público y privado.	Introducción a la Comunicación Digital e Interactiva	La comunicación digital e interactiva: surgimiento, desarrollo y tendencias. Comunicación y cultura. Relación entre tecnología y lenguaje. Introducción a las narrativas transmedia. Introducción a los lenguajes digitales. Hiper e Hipo Información. Transformación digital. Introducción a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (hardware, software, redes). Características básicas de los dispositivos electrónicos de registro, almacenamiento y transmisión de contenidos. Redes. Internet. Sistemas digitales. Introducción a la Analítica de datos, la Computación en la nube, la Inteligencia Artificial, la computación cognitiva y el Internet de las cosas (IoT). Fotografía. Audio. Video y Televisión. Drones. Sensores. Software de diseño y edición de imagen y sonido, diseño web y de aplicaciones.
			Introducción a la	Análisis de datos. Relación entre los

emergentes. Diseñar, planificar, coordinar, ejecutar y evaluar campañas de comunicación transmedia sobre redes y ecosistemas de plataformas con alcance hacia los soportes analógicos. Diseñar, ejecutar y evaluar proyectos de desarrollo web, desarrollo de aplicaciones y visualizaciones interactivas.	ejecutar y evaluar proyectos complejos, liderar equipos y procesos, y manejar variables de producción y comunicación digital e interactiva.	Formar profesionales con habilidades y competencias vinculadas directamente con la práctica profesional de la comunicación digital e interactiva.	Ciencia de datos	datos y los problemas prácticos. Preguntas relevantes y estrategias de resolución de problemas en el campo de las ciencias de datos. Abordaje práctico de casos reales. Obtención y carga. Formato de almacenamiento (csv, tsv, ascii). Encabezados. Formato de los datos: numérico, string, fechas, entre otros. Técnicas y herramientas de exploración y visualización. Evaluación y corrección. Datos faltantes e incorrectos. Análisis exploratorio. Features para la resolución de problemas: selección, descubrimiento y diseño. Técnicas descriptivas. Muestras. Valor medio, desvío estándar. Estadísticos. Estimadores. Correlación y covarianza. Coeficiente de correlación, de Pearson y de Spearman. Outliers. Modelado. Modelos estadísticos básicos. Parámetros de los modelos. Regresión lineal simple y múltiple. Interpretación. Ajuste por cuadrados mínimos. Modelo lineal: estimadores de parámetros y supuestos. Diagnósticos del ajuste. Evaluación del modelo. Test estadísticos, residuos, QQplots. Leverage. Extensión de los modelos. Modelos aditivos.
---	--	--	-------------------------	---

			Expresión escrita y oral	Las prácticas académicas de lectura y oralidad. Las condiciones de producción de un texto. Los niveles de información: los conceptos, las definiciones y los ejemplos. Estructura, composición, organización de la información, coherencia y cohesión en la producción de textos. Normas de citado y referencia. La toma de apuntes y resúmenes. Las prácticas de estudio. Organización de la bibliografía, el mapeo de un texto (las marcas, las notas al margen, la relectura), el fichaje, los cuadros. Pautas de autocorrección. Secuencias expositivas, explicativas y argumentativas. escucha. La confrontación crítica de ideas. adecuación a la audiencia. argumentación y debate. evidencias. falacias. discurso. construcción del estilo elocutivo. Los obstáculos psicológicos a la comunicación: pánico escénico. dificultades de la oralidad. Recursos fonéticos. El lenguaje corporal. Comunicación oral en contextos presenciales y virtuales.
			Programación I	Pensamiento algorítmico. Introducción a Python. Entornos de programación (consola, IDE, notebooks). Sintaxis del

				lenguaje. Tipos de datos básicos. Funciones y documentación. Estructuras de control básicas: condicionales (if; while), iteraciones (for), comprensión de listas. Estructuras de datos: diccionarios, listas, tuplas, vectores, matrices y árboles. Módulos y paquetes. Namespace. Nociones de programación orientada a objetos: conceptos, métodos, atributos, herencia. Estructuras de lectura y escritura de datos. Visualización de datos. Testeo y debuggeo de los programas. Excepciones. Flujos. Paquetes de cálculo (numpy) y paquetes de visualización (matplotlib). Nociones de cálculo numérico para análisis matemático.
			Introducción a la Producción Audiovisual	Fundamentos de la producción audiovisual. Producción de contenidos audiovisuales. Medios de comunicación (tv, radio, cine y medios digitales). Diseño y planificación de la producción audiovisual. Producción, distribución y explotación de producciones audiovisuales. Ventanas de comunicación online y offline. Tecnologías aplicadas a la gestión de las producciones audiovisuales. Elementos de análisis y práctica de procesos de

				producciones en diferentes medios (radio, tv, cine, medios digitales y web). Transmedia: fundamentos, antecedentes y tendencias.
			Inglés I	Fundamentos de sintaxis, morfología y gramática. Tiempos verbales. Verbos regulares e irregulares. Producción oral y producción escrita a partir de la experiencia con distintos tipos de textos y ejercitación. Comprensión lectora y auditiva. Vocabulario general y vocabulario disciplinar. Lectura técnica.
			Historia Contemporánea	Revoluciones burguesas. El capitalismo industrial, las clases sociales, naciones y nacionalismo. Las nuevas formas de la política. Liberalismo, democracia, socialismo. Los cambios en el capitalismo. La expansión imperialista de Europa. Las potencias extraeuropeas. La democratización de la política. Los conflictos en el centro y la periferia. La Primera Guerra Mundial. La caída de los imperios multinacionales. El nuevo mapa europeo y el mundo colonial. La crisis del imperio zarista. El ciclo revolucionario 1905-1917. La Crisis del 29'. La Segunda Guerra Mundial. La expansión económica en el capitalismo central:

				keynesianismo, fordismo y Estado de bienestar. La Guerra Fría. La formación de dos bloques. Europa dividida, el comunismo en Asia. Etapas y principales conflictos. El fin de los imperios coloniales en Asia y África y el Nacimiento del Tercer Mundo. Los nuevos Estados. América Latina en el siglo XX y XXI. Historia contemporánea de la Argentina. Etapa 1880-1916. Los gobiernos Radicales (1916-1930). El golpe de Estado de 1930 y la Etapa 1930-1945. El Peronismo y la Etapa 1946-1955. El Golpe de Estado de 1955. Etapa 1955-1966. Etapa 1966-1983: Gobierno de Onganía, El Cordobazo. La guerrilla. Reformas político-institucionales. La vuelta de Perón. Presidencia de Cámpora, Juan D. Perón e Isabel Martínez. El Golpe de Estado de 1976. Guerra de Malvinas. El regreso de la Democracia de 1983. Presidencia de Alfonsín. Presidencia de Menem. Gobierno de la Alianza. Estallido de 2001. Los gobiernos de Nestor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner.
			Diseño gráfico y	Teorías y conceptos del diseño gráfico. La estructura como organización.

			multimedial	Estructuras: formales, semiformales e informales; activas e inactivas; visibles e invisibles. Recorridos visuales y jerarquías. Relaciones entre elementos del diseño: estructura, tipografía e imagen. Ley de Gestalt. Criterios compositivos. dimensiones sintáctica, semántica y pragmática de los signos. Relación forma-contenido. Conceptualización. Forma cognoscitiva, perceptiva, denotada y connotada. Proporción. Interacción. Punto y línea. Tipografía. Cartografías. Infografías. Interacción. Soportes físicos y digitales. Entornos virtuales e interactivos. El lenguaje multimedia. Arquitectura de la información. Fases de la producción multimedia.
			Teorías de la Comunicación	La comunicación y su campo de investigación. Lenguajes naturales y lenguajes artificiales. Niveles de comunicación. Comunicación de masas. Paradigmas de investigación. Modelos comunicacionales. Teoría de la comunicación humana. Lingüística y semiótica. Teoría de la comunicación humana. Industria cultural. Teoría hipodérmica. Líderes de opinión. Teoría crítica. Teoría funcionalista. Enfoques

				críticos y contemporáneos de la teoría comunicacional. Sociedad de masas, cultura de masas e industria cultural. Comunicación y tecnología. Escuelas latinoamericanas. Comunicación digital.
			Contenidos Culturales	Teorías sobre comunicación y cultura. Metodología del análisis comunicacional y cultural. Administración de lo transdisciplinario y de los sistemas de documentación y/o información. Políticas culturales y comunicacionales. Desarrollos y prácticas en el campo massmediático y en redes culturales e instituciones no massmediáticas. Cultura, tradición e innovación. Vanguardismo y cultura de masas. Posmodernidad y posmodernismo. Estética y política. Cultura nacional y globalización. Corrientes en el teatro, la literatura y el cine. Géneros cinematográficos. Montaje. Análisis y crítica.
			Narrativas Digitales	Hipertexto e hipermediaciones. Definición y características de las narrativas digitales. Narrativas lineales y no lineales. Convergencia. Coherencia y cohesión multitexto y multimedia. Imágenes y escritura en las narrativas

				digitales (memes, gifs, stickers, emojis, selfies). Oralidad primaria y secundaria. Narrativas digitales y plataformas (Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, WhatsApp, Telegram, etc.). Redacción para medios digitales. Streaming de audio y video. Tecnologías emergentes y comunicación: realidad virtual, inteligencia artificial, realidad aumentada, sensores y comunicación automatizada, bots, etc. Cultura digital y literatura.
			Convergencia tecnológica y paradigmas comunicacionales	Orígenes y principios básicos de la digitalización. La transformación digital y la sociedad, cultura, y economía. Sociedad de la información. Sociedad del conocimiento. Internet y su evolución. Sociedad en red. Neutralidad de la red. Paradigmas comunicacionales y convergencia tecnológica. Convergencia entre tecnología, cultura y empresa. Comunicación e interactividad. Tecnologías disruptivas y comunicación: big data, gamificación, narrativas transmedia, storytelling. Convergencia y entretenimiento. Convergencias sobre un mismo producto. Narrativa, público, usuarios y clientes.

			Guion	Origen y evolución del guion. Narratología audiovisual: narración, relato e historia. Narración y enunciación. Escritura del guion. Investigación previa. Proceso de trabajo: Búsqueda y selección temática, hipótesis e investigación, tesis y estructura. Etapas de la escritura del guion. Construcción de personajes. Focalización. Temporalidad narrativa. Espacio in/off. Estructuras de ficción y no ficción. Sinópsis. Tipos de guion: literario y técnico. Escaleta de secuencias. Escenas. Storyboard. Guion de cine y guion de televisión.
			Narrativas de No Ficción	Realidad primaria/Realidad medial. Selección de temas. Características de las narrativas de no ficción. Objetividad/Subjetividad. Aproximaciones al territorio y modos de abordaje. Ordenamiento y taggeo. Distinciones entre documental, ficción y falseamiento. Memoria y archivo individual. Hibridación e introducción a las narrativas de no ficción: crónica, retrato, ensayo. Planificación, desarrollo y terminación de narrativas de no ficción.

			Programación II	Análisis de rendimiento de software. Manejo de aserciones. Clases en Python. Herencia múltiple. Variables privadas. Iteradores y generadores. Decoradores. Ambientes virtuales. Paquetes de Python para ciencia de datos. Utilización de código C, C++, y Fortran desde Python. Ambientes integrales de desarrollo (IDE). Sistemas de control de versión. Nociones básicas del lenguaje de análisis estadístico R.
			Inglés II	Vocabulario técnico y disciplinar. Verbos modales. Comparativos y superlativos. Voz pasiva. Reported speech.
			Historia de la Comunicación	Orígenes de la comunicación. Tipos de comunicación. La narración en la historia de la humanidad y su presencia en todas las civilizaciones. De la escritura a la imprenta. El proceso de alfabetización del mundo. El libro impreso. Transición socioeconómica entre el feudalismo y el capitalismo. Modernidad y posmodernidad. Comunicaciones eléctricas. Surgimiento y consolidación del periodismo. Redes: desde el telégrafo a internet. Telégrafo, radio, televisión, internet, redes sociales.

				Convergencia. Sistemas de comunicación. Consumo y producción de la comunicación. Entorno digital y comunicación.
			Producción Audiovisual I: sonido	El sonido en la producción audiovisual. La voz humana. Música, efectos sonoros y locución. Narrativas en cine, radio, televisión y redes sociales. Ambientación. Sonido directo. Funciones del sonido. Radio lineal y radio a demanda. Podcasting. Doblaje. Grabación, dispositivos y sistemas. Preproducción, producción, posproducción. investigación. Distribución. Agregadores.
			Experiencia de Usuario e Interfaz de Usuario	Diseño centrado en la experiencia de usuario. Teoría de Interfaces del Usuario. Desarrollo de la Interfaz de Usuario usable y accesible. Etapas de Ingeniería de Software. Metodologías de diseño inclusivo. Métodos de evaluación de usabilidad y accesibilidad Estándares internacionales, leyes y normas sobre accesibilidad. Diseño de diferentes clases de interfaces. Prototipación. Wireframes. Interfaces no tradicionales. Integración de medios no tradicionales de comunicación. El audio, tacto y voz.

				Visualización de datos masivos. Sistemas colaborativos.
			Producción Audiovisual II: video	El lenguaje audiovisual. Cine, Televisión, video. Del cine a la producción audiovisual ubicua. Formas de lo audiovisual (captura, planos, dirección de arte, fotografía). Productos audiovisuales en vivo, lineales, on demand, digitales. Preproducción, producción y posproducción. Distribución. Stream, agregadores, montaje, sonido. Narrativa, estética. Investigación y producción audiovisual.
			Geopolítica de la Comunicación y los Contenidos	La comunicación digital e interactiva en el contexto local, regional y global. Geopolítica y comunicación. Medios y geopolítica. Geografía y geoeconomía. Desarrollo e interés nacional. Política de contenidos y relaciones internacionales. Agencias y flujo de información: períodos, transformaciones y actualidad. Cadenas de noticias y flujo de información de 24 horas. Contenidos, redes sociales y tecnologías de la información y la comunicación. Ciudad, urbanización, comunicación y política. Informe McBride. Información, comunicación y mercado global.

				Gobiernos, gobernanza y comunicación. Construcción de relatos, contenidos de ficción. Ideología, medios y comunicación.
			Investigación Periodística	La investigación como práctica clave del periodismo. Responsabilidades y rol de la investigación periodística. Discusiones en torno al concepto de “periodismo de investigación”. Investigación, comunicación y medios. Antecedentes y actualidad de la investigación periodística. Noticiabilidad y construcción de la noticia basada en la investigación. Agenda. Contexto y evaluación de temas. Métodos, técnicas y estrategias de la investigación periodística. Fuentes tradicionales y nuevas fuentes. Fuentes offline y online. Documentación, base de datos, análisis de datos. Las Tecnologías de la Comunicación y la información en la investigación periodística. Buenas prácticas y ética periodística.
			Comunicación Política	Comunicación política. Problemáticas contemporáneas de la comunicación política: fake news, redes sociales. Construcción de discurso político. Propaganda, debate y Storytelling.

				Publicidad electoral en diferentes medios. Estrategias de campaña electoral. Marketing político y campaña permanente. Herramientas de información y análisis. Reputación en redes. Sondeos, perfiles y comportamiento electoral. Instrumentos de comunicación política: audiovisuales, redes sociales, gráfica. Comunicación institucional, gubernamental. Profesionalización de la gestión comunicacional. Comunicación digital, web oficial y mailing. Gestión de redes, Social Media Plan, plataformas.
			Marco jurídico de la Comunicación	Información personal e información pública: derecho y libertades inherentes. Libertad de expresión, libertad de prensa y derecho de la comunicación. Comunicación, información y derechos: garantías constitucionales, normativa y jurisprudencia nacional e internacionales. Comunicación y censura. Fuente de información: protección y marco legal. Sujetos de la comunicación. Universalidad de sujetos: género, identidad, disidencias, discapacidad. Estado y derecho a la comunicación. Acceso a la información pública. Datos abiertos. Derechos del

				sujeto profesional de la comunicación. Responsabilidades penales posteriores a la emisión de mensajes. Delitos contra el honor. Doctrina de la Real Malicia. Responsabilidad civil de la prensa. Derechos de autor y derechos conexos. Protección de la creación periodística y comunicacional. Creative Commons. Derechos de autor e Internet.
			Producción Audiovisual III: transmedia	Narrativa transmedia: producción y análisis. Narrativa transmedia literaria y audiovisual. Interfaces, redes, y estándares de la narrativa transmedia. Narrativas y realidad (realidad virtual, real, alternativa, metaverso). Inmersión. Series. Interactividad. Coproducción, consumidores y prosumidores. Branding. Storytelling. Gamificación.
			Plataformas	Plataformas: concepto y clasificación. Ecosistema digital. Conectividad, infraestructura y telecomunicaciones. Espectro radioeléctrico. Convergencia tecnológica y cultural. Políticas de comunicación e industria cultural. Internet y plataformas Over-the-top (OTT). Redes sociales, medios y plataformas. Streaming de video y audio. Capitalismo cognitivo y economía del

				conocimiento. Plataformas y tecnologías emergentes: inteligencia artificial, Internet de las Cosas, Realidad Aumentada y Realidad Virtual, Simulación. Producción, distribución, circulación y validación de la información. Hiper e hipo información. Problemáticas derivadas de la sobreabundancia de información: fake news, burbuja de filtros personalizados, cámara de espejos. Interfaz digital: relación humano-máquina. Intermediación y desintermediación. Ética hacker.
			Tendencias en Tecnología	Industria del software. Tendencias tecnológicas del mercado. Las TIC y los modelos de negocio. Empresas de base tecnológica. Las TIC y la creación de valor. Las TIC y las ventajas competitivas sostenibles. Factores tecnológicos como condicionantes de un proyecto. El valor estratégico de la innovación en proyectos basados en TIC. Visioning. Tecnologías estandarizadas, experimentales y emergentes. Pilares tecnológicos actuales: sistemas de integración, máquinas y sistemas autónomos, Internet de las cosas, Manufactura aditiva, Big data, Cloud

				Computing, Simulación, Inteligencia Artificial, Ciberseguridad, Realidad Aumentada, Blockchain, Internet 3.0.
			Inteligencia artificial	Definición del campo de la IA. Funcionamiento y entrenamiento de la tecnología de IA para el aprendizaje con datos. Capacidades y limitaciones de las herramientas de IA. Supervisión humana en el uso de la IA. Aplicaciones de la IA generativa en distintos ámbitos socio-productivos. Modelos de IA. Productividad y optimización de procesos con IA. IA y su dimensión ética. IA y escenarios emergentes en tecnología. Lógicas simbólica y no simbólica. La lógica y sus representaciones. Problemas. El pensamiento. Razonamiento. Los sistemas de razonamiento lógicos. Programación Lógica (por ejemplo, Prolog/Lisp).
Diseñar, elaborar y gestionar emprendimientos y desarrollos de negocios basados en la comunicación digital e interactiva a partir de la consideración y aplicación de aspectos	La carrera de Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva de la UIT apunta a la formación de profesionales con competencias para llevar a cabo el análisis crítico, la creación consecuente y la	Formar profesionales en las competencias necesarias para abordar el diseño y desarrollo comunicacional sostenido en los lenguajes, narrativas y ecosistemas de plataformas emergentes desde un	Análisis y Resolución de problemas	Habilidades y estrategias de análisis y resolución de problemas en el ámbito universitario. Las características y herramientas del pensamiento científico y técnico. Dimensión empírica, metodológica, abstracta, social y contraintuitiva de la ciencia. Estrategias

técnicos, teóricos y prácticos. Diseñar, desarrollar, coordinar y evaluar proyectos en diferentes ámbitos profesionales vinculados con la comunicación transmedia. Asesorar a organizaciones del ámbito público, privado y a empresas en el diseño, desarrollo y producción de contenidos de comunicación transmedia digital e interactiva. Realizar investigaciones, relevamientos, estudios y seguimientos de producción y circulación de datos e información en redes y ecosistemas de plataformas.	difusión criteriosa de prácticas de comunicación en el entorno digital. Contarán con habilidades y destrezas para abordar el diseño y desarrollo comunicacional sostenido en los lenguajes, narrativas y ecosistemas de plataformas emergentes y transmedia desde un conocimiento teórico y técnico específico, y capacidad para trabajar de forma autónoma y colaborativa en equipos inter y transdisciplinarios en empresas y organizaciones del sector público y privado, donde podrán gestionar, ejecutar y evaluar proyectos complejos, liderar equipos y procesos, y manejar variables de producción y comunicación digital e interactiva. La formación científica, técnica y profesional junto a la formación general y humanística resultan una oportunidad para que las y los estudiantes desarrollen conocimientos, competencias	conocimiento teórico y técnico específico, y capacidad para trabajar en equipos interdisciplinarios, empresas y organizaciones del sector público y privado. Formar profesionales con saberes científicos específicos necesarios para abordar válida, eficaz, ética y responsablemente los diferentes ámbitos de desempeño profesional. Formar profesionales con conocimiento general y humanístico que permita el abordaje, comprensión, análisis y crítica del contexto sociohistórico, cultural, político y económico en el que las graduadas y los graduados intervendrán profesionalmente. Formar profesionales con	Introducción a la Ciencia de datos	de identificación y resolución de las heurísticas y los sesgos cognitivos. Estrategias de lectura y escritura académica y científica. El filtrado como la capacidad de búsqueda, evaluación, selección, integración y síntesis frente a la abundancia y el cambio acelerado de la información. Las habilidades tecnológicas y de información como un medio para investigar, organizar, evaluar, analizar y producir textos.
				Análisis de datos. Relación entre los datos y los problemas prácticos. Preguntas relevantes y estrategias de resolución de problemas en el campo de las ciencias de datos. Abordaje práctico de casos reales. Obtención y carga. Formato de almacenamiento (csv, tsv, ascii). Encabezados. Formato de los datos: numérico, string, fechas, entre otros. Técnicas y herramientas de exploración y visualización. Evaluación y corrección. Datos faltantes e incorrectos. Análisis exploratorio. Features para la resolución de problemas: selección, descubrimiento y diseño. Técnicas descriptivas. Muestras. Valor medio, desvío estándar. Estadísticos. Estimadores. Correlación y covarianza.

	y habilidades situados, coherentes con el contexto sociohistórico, cultural, político y económico en el que intervendrán profesionalmente de forma ética, responsable, sustentable y sostenible.	habilidades y competencias vinculadas directamente con la práctica profesional de la comunicación digital e interactiva.		Coeficiente de correlación, de Pearson y de Spearman. Outliers. Modelado. Modelos estadísticos básicos. Parámetros de los modelos. Regresión lineal simple y múltiple. Interpretación. Ajuste por cuadrados mínimos. Modelo lineal: estimadores de parámetros y supuestos. Diagnósticos del ajuste. Evaluación del modelo. Test estadísticos, residuos, QQplots. Leverage. Extensión de los modelos. Modelos aditivos.
			Expresión escrita y oral	Las prácticas académicas de lectura y oralidad. Las condiciones de producción de un texto. Los niveles de información: los conceptos, las definiciones y los ejemplos. Estructura, composición, organización de la información, coherencia y cohesión en la producción de textos. Normas de citado y referencia. La toma de apuntes y resúmenes. Las prácticas de estudio. Organización de la bibliografía, el mapeo de un texto (las marcas, las notas al margen, la relectura), el fichaje, los cuadros. Pautas de autocorrección. Secuencias expositivas, explicativas y argumentativas. escucha. La confrontación crítica de ideas. adecuación a la audiencia.

				argumentación y debate. evidencias. falacias. discurso. construcción del estilo elocutivo. Los obstáculos psicológicos a la comunicación: pánico escénico. dificultades de la oralidad. Recursos fonéticos. El lenguaje corporal. Comunicación oral en contextos presenciales y virtuales.
			Inglés I	Fundamentos de sintaxis, morfología y gramática. Tiempos verbales. Verbos regulares e irregulares. Producción oral y producción escrita a partir de la experiencia con distintos tipos de textos y ejercitación. Comprensión lectora y auditiva. Vocabulario general y vocabulario disciplinar. Lectura técnica.
			Historia Contemporánea	Revoluciones burguesas. El capitalismo industrial, las clases sociales, naciones y nacionalismo. Las nuevas formas de la política. Liberalismo, democracia, socialismo. Los cambios en el capitalismo. La expansión imperialista de Europa. Las potencias extraeuropeas. La democratización de la política. Los conflictos en el centro y la periferia. La Primera Guerra Mundial. La caída de los imperios multinacionales. El nuevo mapa europeo y el mundo colonial. La crisis del

				imperio zarista. El ciclo revolucionario 1905-1917. La Crisis del 29'. La Segunda Guerra Mundial. La expansión económica en el capitalismo central: keynesianismo, fordismo y Estado de bienestar. La Guerra Fría. La formación de dos bloques. Europa dividida, el comunismo en Asia. Etapas y principales conflictos. El fin de los imperios coloniales en Asia y África y el Nacimiento del Tercer Mundo. Los nuevos Estados. América Latina en el siglo XX y XXI. Historia contemporánea de la Argentina. Etapa 1880-1916. Los gobiernos Radicales (1916-1930). El golpe de Estado de 1930 y la Etapa 1930-1945. El Peronismo y la Etapa 1946-1955. El Golpe de Estado de 1955. Etapa 1955-1966. Etapa 1966-1983: Gobierno de Onganía, El Cordobazo. La guerrilla. Reformas político-institucionales. La vuelta de Perón. Presidencia de Cámpora, Juan D. Perón e Isabel Martínez. El Golpe de Estado de 1976. Guerra de Malvinas. El regreso de la Democracia de 1983. Presidencia de Alfonsín. Presidencia de Menem. Gobierno de la Alianza. Estallido de 2001. Los gobiernos de Nestor Kirchner y
--	--	--	--	--

				Cristina Fernández de Kirchner.
			Abordaje psicológico de las Redes	Fundamentos epistemológicos intervinientes en la Psicología General. Estudio de los procesos psicológicos implicados en la actividad psíquica. La dimensión psíquica humana. La conciencia en los orígenes de la Psicología. El fenómeno de la atención y percepción: estudios iniciales. El modelo conductista. El estudio de la mente social: perspectivas socio-cognitivas. La Psicología cognitiva. La memoria como proceso. La reestructuración de los contenidos de la memoria. La función del pensamiento en la interacción sujeto-objeto. Formación de conceptos desde diversas perspectivas. El problema psicológico de la adquisición, producción y comprensión del lenguaje. Psicología y redes sociales: riesgos y trastornos. adicción, aislamiento, comportamiento antisocial. Identidad virtual e identidad real. El grupo virtual. Psicología y neurociencias. Redes, memoria y atención. Infancia y adolescencia en las redes.
			Teorías de la	La comunicación y su campo de investigación. Lenguajes naturales y

			Comunicación	lenguajes artificiales. Niveles de comunicación. Comunicación de masas. Paradigmas de investigación. Modelos comunicacionales. Teoría de la comunicación humana. Lingüística y semiótica. Teoría de la comunicación humana. Industria cultural. Teoría hipodérmica. Líderes de opinión. Teoría crítica. Teoría funcionalista. Enfoques críticos y contemporáneos de la teoría comunicacional. Sociedad de masas, cultura de masas e industria cultural. Comunicación y tecnología. Escuelas latinoamericanas. Comunicación digital.
			Periodismo de Datos	Obtención, funcionamiento e interpretación de datos. Formatos y fuentes. Datos abiertos. Acceso a la información pública. Filtrado y procesamiento de datos. Planillas de cálculo. Fórmulas y operaciones básicas con datos. Producción de contenido a partir de datos. Limpieza de datos. Periodismo y datos. Tema, selección y producción de base de datos. Cruce, verificación y correlación de datos. Periodismo colaborativo. Colaboración internacional. Hackatones. Georeferenciación. Visualización de datos e información. Infografías.

				Aplicaciones. Casos. Herramientas y metodología.
			Contenidos Culturales	Teorías sobre comunicación y cultura. Metodología del análisis comunicacional y cultural. Administración de lo transdisciplinario y de los sistemas de documentación y/o información. Políticas culturales y comunicacionales. Desarrollos y prácticas en el campo massmediático y en redes culturales e instituciones no massmediáticas. Cultura, tradición e innovación. Vanguardismo y cultura de masas. Posmodernidad y posmodernismo. Estética y política. Cultura nacional y globalización. Corrientes en el teatro, la literatura y el cine. Géneros cinematográficos. Montaje. Análisis y crítica.
			Convergencia tecnológica y paradigmas comunicacionales	Orígenes y principios básicos de la digitalización. La transformación digital y la sociedad, cultura, y economía. Sociedad de la información. Sociedad del conocimiento. Internet y su evolución. Sociedad en red. Neutralidad de la red. Paradigmas comunicacionales y convergencia tecnológica. Convergencia entre tecnología, cultura y empresa.

				Comunicación e interactividad. Tecnologías disruptivas y comunicación: big data, gamificación, narrativas transmedia, storytelling. Convergencia y entretenimiento. Convergencias sobre un mismo producto. Narrativa, público, usuarios y clientes.
			Economía del Conocimiento	Métodos, teorías, supuestos y modelos de la Economía como ciencia. Problemas económicos centrales. Los sectores de la Economía. Los sistemas económicos. Recursos, tecnología, instituciones, población. Microeconomía: conceptos básicos. conducta del consumidor. Comportamiento de la empresa. Los mercados: sistemas de precios. Oferta y demanda. Elasticidad. Macroeconomía: conceptos básicos, supuestos y variables macroeconómicas, condición de equilibrio macroeconómico. Economía del Conocimiento: el conocimiento y la información como generadores de resultados, valores, mejoras y utilidades. Capital tangible e intangible en la Economía del Conocimiento. Rubros de la Economía del Conocimiento: empresas de base tecnológica, empresas de software, biotecnología, nanotecnología,

				nanociencia, I+D+i, telecomunicaciones, robótica e industria aeroespacial, inteligencia artificial, Internet de las Cosas, Realidad Aumentada y Realidad Virtual, Simulación, entre otros. Marco legal.
			Inglés II	Vocabulario técnico y disciplinar. Verbos modales. Comparativos y superlativos. Voz pasiva. Reported speech.
			Análisis y Desarrollo de Audiencias	Definiciones de audiencias. Clasificación y métricas tradicionales y digitales. Indicadores. Métricas (alcance y de comportamiento). Analytics. Tracking. Sesiones. Rebotes. Segmentación. Funnel de conversión. Trends. Social Listening. Dashboards. Reportes en tiempo real. Branding. Adquisición, retención y monetización.
			Geopolítica de la Comunicación y los Contenidos	La comunicación digital e interactiva en el contexto local, regional y global. Geopolítica y comunicación. Medios y geopolítica. Geografía y geoconomía. Desarrollo e interés nacional. Política de contenidos y relaciones internacionales. Agencias y flujo de información: períodos, transformaciones y actualidad.

				Cadenas de noticias y flujo de información de 24 horas. Contenidos, redes sociales y tecnologías de la información y la comunicación. Ciudad, urbanización, comunicación y política. Informe McBride. Información, comunicación y mercado global. Gobiernos, gobernanza y comunicación. Construcción de relatos, contenidos de ficción. Ideología, medios y comunicación.
			Investigación Periodística	La investigación como práctica clave del periodismo. Responsabilidades y rol de la investigación periodística. Discusiones en torno al concepto de “periodismo de investigación”. Investigación, comunicación y medios. Antecedentes y actualidad de la investigación periodística. Noticiabilidad y construcción de la noticia basada en la investigación. Agenda. Contexto y evaluación de temas. Métodos, técnicas y estrategias de la investigación periodística. Fuentes tradicionales y nuevas fuentes. Fuentes offline y online. Documentación, base de datos, análisis de datos. Las Tecnologías de la Comunicación y la información en la investigación periodística. Buenas

				prácticas y ética periodística.
			Metodología de la Investigación	Método y proceso. Objeto de estudio. Estudios empíricos y teóricos. Principales corrientes metodológicas y técnicas de investigación. Investigación cualitativa. Investigación cuantitativa. El proceso de investigación. Etapas del proceso de investigación en Ciencias Sociales. Elección, delimitación del objeto y el campo de la investigación. Formulación del problema a investigar. Técnicas de recolección, procesamiento y análisis de los datos. Construcción y validación de herramientas. Procesamiento y sistematización de la información cualitativa. Triangulación metodológica. Discusión de las distintas metodologías y técnicas referidas a la investigación. Investigación académica e investigación de mercado. Selección y uso de bibliografía y materiales de documentación.
			Comunicación Política	Comunicación política. Problemáticas contemporáneas de la comunicación política: fake news, redes sociales. Construcción de discurso político. Propaganda, debate y Storytelling. Publicidad electoral en diferentes

				medios. Estrategias de campaña electoral. Marketing político y campaña permanente. Herramientas de información y análisis. Reputación en redes. Sondeos, perfiles y comportamiento electoral. Instrumentos de comunicación política: audiovisuales, redes sociales, gráfica. Comunicación institucional, gubernamental. Profesionalización de la gestión comunicacional. Comunicación digital, web oficial y mailing. Gestión de redes, Social Media Plan, plataformas.
			Emprendedurismo en el campo de la comunicación digital e interactiva	Empresas de contenidos. Empresas de doble naturaleza: cultural y económica. Empresa e ideología. Marketing, recursos humanos, finanzas y operaciones. Mercados locales, regionales y globales. Ecosistema emprendedor: incubadoras, aceleradoras, inversiones e inversores. Ideas, pilotos y prototipos. Pitching. Fomento público. Planes de negocio. Estructura jurídica (SA, SRL, SAS, BIC). Estrategias de desarrollo del pensamiento creativo. Gestión del cambio. Marco ético de las organizaciones. Responsabilidad social.

			Plataformas	Plataformas: concepto y clasificación. Ecosistema digital. Conectividad, infraestructura y telecomunicaciones. Espectro radioeléctrico. Convergencia tecnológica y cultural. Políticas de comunicación e industria cultural. Internet y plataformas Over-the-top (OTT). Redes sociales, medios y plataformas. Streaming de video y audio. Capitalismo cognitivo y economía del conocimiento. Plataformas y tecnologías emergentes: inteligencia artificial, Internet de las Cosas, Realidad Aumentada y Realidad Virtual, Simulación. Producción, distribución, circulación y validación de la información. Hiper e hipo información. Problemáticas derivadas de la sobreabundancia de información: fake news, burbuja de filtros personalizados, cámara de espejos. Interfaz digital: relación humano-máquina. Intermediación y desintermediación. Ética hacker.
			Comunicación institucional, corporativa y asuntos públicos	Principios y etapas de la comunicación en la empresa y en las instituciones. Relaciones públicas (RRPP). Temáticas y problemáticas de las RRPP desde una perspectiva comunicacional.

				Comunicación estratégica. La figura de el/la director/ra (Dircoms). Empresa, instituciones y medios. Empresa, instituciones y redes e interfaces. Imagen e identidad corporativa. Marca e identidad visual. Imagen pública. Gestión de la reputación. Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Gestión del conocimiento y diseño de información. La comunicación interna como herramienta de gestión organizacional. Gestión del cambio. Motivación y cultura organizacional. La comunicación en casos de crisis. Gestión de las emociones y comunicaciones difíciles. Impacto de la comunicación en la gestión cotidiana y en la productividad. Comunicación efectiva. Plan de comunicación corporativa. Comunicación y Asuntos Públicos. Relación comunicacional estratégica. Lobby. Mapa de públicos y de vínculos. Planes de comunicación.
			Tendencias en Tecnología	Industria del software. Tendencias tecnológicas del mercado. Las TIC y los modelos de negocio. Empresas de base tecnológica. Las TIC y la creación de valor. Las TIC y las ventajas competitivas sostenibles. Factores tecnológicos como condicionantes de un proyecto. El valor

				estratégico de la innovación en proyectos basados en TIC. Visioning. Tecnologías estandarizadas, experimentales y emergentes. Pilares tecnológicos actuales: sistemas de integración, máquinas y sistemas autónomos, Internet de las cosas, Manufactura aditiva, Big data, Cloud Computing, Simulación, Inteligencia Artificial, Ciberseguridad, Realidad Aumentada, Blockchain, Internet 3.0.
--	--	--	--	---

Gestionar agencias de comunicación y/o secciones digitales de agencias de comunicación transmedia, de marketing digital, de publicidad y de relaciones públicas. Gestionar recursos humanos, equipamiento técnico y materiales a partir de criterios de eficiencia y eficacia en la implementación de proyectos de comunicación digital e interactiva. Colaborar con equipos de profesionales del área de la informática en proyectos que involucren a la comunicación digital e interactiva según objetivos y estrategias definidas. Coordinar y participar en proyectos de investigación	La carrera de Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva de la UIT apunta a la formación de profesionales con competencias para llevar a cabo el análisis crítico, la creación consecuente y la difusión criteriosa de prácticas de comunicación en el entorno digital. Contarán con habilidades y destrezas para abordar el diseño y desarrollo comunicacional sostenido en los lenguajes, narrativas y ecosistemas de plataformas emergentes y transmedia desde un conocimiento teórico y técnico específico, y capacidad para trabajar de forma autónoma y colaborativa en equipos inter y transdisciplinarios en empresas y organizaciones del sector público y privado, donde podrán gestionar, ejecutar y evaluar proyectos complejos, liderar equipos y procesos, y manejar variables de producción y comunicación digital e interactiva.	Formar profesionales en las competencias necesarias para abordar el diseño y desarrollo comunicacional sostenido en los lenguajes, narrativas y ecosistemas de plataformas emergentes desde un conocimiento teórico y técnico específico, y capacidad para trabajar en equipos interdisciplinarios, empresas y organizaciones del sector público y privado. Formar profesionales con saberes científicos específicos necesarios para abordar válida, eficaz, ética y responsablemente los diferentes ámbitos de desempeño profesional. Formar profesionales con conocimiento general y humanístico que permita el abordaje, comprensión, análisis y crítica del contexto sociohistórico, cultural,	Análisis y Resolución de Problemas	Análisis y Resolución de problemas Habilidades y estrategias de análisis y resolución de problemas en el ámbito universitario. Las características y herramientas del pensamiento científico y técnico. Dimensión empírica, metodológica, abstracta, social y contraintuitiva de la ciencia. Estrategias de identificación y resolución de las heurísticas y los sesgos cognitivos. Estrategias de lectura y escritura académica y científica. El filtrado como la capacidad de búsqueda, evaluación, selección, integración y síntesis frente a la abundancia y el cambio acelerado de la información. Las habilidades tecnológicas y de información como un medio para investigar, organizar, evaluar, analizar y producir textos.
			Introducción a la Ciencia de datos	Análisis de datos. Relación entre los datos y los problemas prácticos. Preguntas relevantes y estrategias de resolución de problemas en el campo de las ciencias de datos. Abordaje práctico de casos reales. Obtención y carga. Formato de almacenamiento (csv, tsv, ascii). Encabezados. Formato de los datos: numérico, string, fechas, entre otros. Técnicas y herramientas de

inherentes a su campo profesional.	La formación científica, técnica y profesional junto a la formación general y humanística resultan una oportunidad para que las y los estudiantes desarrollen conocimientos, competencias y habilidades situados, coherentes con el contexto sociohistórico, cultural, político y económico en el que intervendrán profesionalmente de forma ética, responsable, sustentable y sostenible.	político y económico en el que las graduadas y los graduados intervendrán profesionalmente. Formar profesionales con habilidades y competencias vinculadas directamente con la práctica profesional de la comunicación digital e interactiva.		exploración y visualización. Evaluación y corrección. Datos faltantes e incorrectos. Análisis exploratorio. Features para la resolución de problemas: selección, descubrimiento y diseño. Técnicas descriptivas. Muestras. Valor medio, desvío estándar. Estadísticos. Estimadores. Correlación y covarianza. Coeficiente de correlación, de Pearson y de Spearman. Outliers. Modelado. Modelos estadísticos básicos. Parámetros de los modelos. Regresión lineal simple y múltiple. Interpretación. Ajuste por cuadrados mínimos. Modelo lineal: estimadores de parámetros y supuestos. Diagnósticos del ajuste. Evaluación del modelo. Test estadísticos, residuos, QQplots. Leverage. Extensión de los modelos. Modelos aditivos.
			Programación I	Programación I Pensamiento algorítmico. Introducción a Python. Entornos de programación (consola, IDE, notebooks). Sintaxis del lenguaje. Tipos de datos básicos. Funciones y documentación. Estructuras de control básicas: condicionales (if; while), iteraciones (for), comprensión de listas. Estructuras de datos: diccionarios,

				listas, tuplas, vectores, matrices y árboles. Módulos y paquetes. Namespace. Nociones de programación orientada a objetos: conceptos, métodos, atributos, herencia. Estructuras de lectura y escritura de datos. Visualización de datos. Testeo y debuggeo de los programas. Excepciones. Flujos. Paquetes de cálculo (numpy) y paquetes de visualización (matplotlib). Nociones de cálculo numérico para análisis matemático.
			Inglés I	Fundamentos de sintaxis, morfología y gramática. Tiempos verbales. Verbos regulares e irregulares. Producción oral y producción escrita a partir de la experiencia con distintos tipos de textos y ejercitación. Comprensión lectora y auditiva. Vocabulario general y vocabulario disciplinar. Lectura técnica.
			Abordaje psicológico de las Redes	Fundamentos epistemológicos intervinientes en la Psicología General. Estudio de los procesos psicológicos implicados en la actividad psíquica. La dimensión psíquica humana. La

				conciencia en los orígenes de la Psicología. El fenómeno de la atención y percepción: estudios iniciales. El modelo conductista. El estudio de la mente social: perspectivas socio-cognitivas. La Psicología cognitiva. La memoria como proceso. La reestructuración de los contenidos de la memoria. La función del pensamiento en la interacción sujeto-objeto. Formación de conceptos desde diversas perspectivas. El problema psicológico de la adquisición, producción y comprensión del lenguaje. Psicología y redes sociales: riesgos y trastornos. adicción, aislamiento, comportamiento antisocial. Identidad virtual e identidad real. El grupo virtual. Psicología y neurociencias. Redes, memoria y atención. Infancia y adolescencia en las redes.
			Periodismo de Datos	Obtención, funcionamiento e interpretación de datos. Formatos y fuentes. Datos abiertos. Acceso a la información pública. Filtrado y procesamiento de datos. Planillas de cálculo. Fórmulas y operaciones básicas con datos. Producción de contenido a partir de datos. Limpieza de datos. Periodismo y datos. Tema, selección y

				producción de base de datos. Cruce, verificación y correlación de datos. Periodismo colaborativo. Colaboración internacional. Hackatones. Georeferenciación. Visualización de datos e información. Infografías. Aplicaciones. Casos. Herramientas y metodología.
			Contenidos Culturales	Teorías sobre comunicación y cultura. Metodología del análisis comunicacional y cultural. Administración de lo transdisciplinario y de los sistemas de documentación y/o información. Políticas culturales y comunicacionales. Desarrollos y prácticas en el campo massmediático y en redes culturales e instituciones no massmediáticas. Cultura, tradición e innovación. Vanguardismo y cultura de masas. Posmodernidad y posmodernismo. Estética y política. Cultura nacional y globalización. Corrientes en el teatro, la literatura y el cine. Géneros cinematográficos. Montaje. Análisis y crítica.
			Convergencia tecnológica y paradigmas	Orígenes y principios básicos de la digitalización. La transformación digital y la sociedad, cultura, y economía.

			comunicacionales	Sociedad de la información. Sociedad del conocimiento. Internet y su evolución. Sociedad en red. Neutralidad de la red. Paradigmas comunicacionales y convergencia tecnológica. Convergencia entre tecnología, cultura y empresa. Comunicación e interactividad. Tecnologías disruptivas y comunicación: big data, gamificación, narrativas transmedia, storytelling. Convergencia y entretenimiento. Convergencias sobre un mismo producto. Narrativa, público, usuarios y clientes.
			Programación II	Análisis de rendimiento de software. Manejo de aserciones. Clases en Python. Herencia múltiple. Variables privadas. Iteradores y generadores. Decoradores. Ambientes virtuales. Paquetes de Python para ciencia de datos. Utilización de código C, C++, y Fortran desde Python. Ambientes integrales de desarrollo (IDE). Sistemas de control de versión. Nociones básicas del lenguaje de análisis estadístico R.
			Economía del Conocimiento	Métodos, teorías, supuestos y modelos de la Economía como ciencia. Problemas económicos centrales. Los sectores de la Economía. Los sistemas económicos.

				Recursos, tecnología, instituciones, población. Microeconomía: conceptos básicos. conducta del consumidor. Comportamiento de la empresa. Los mercados: sistemas de precios. Oferta y demanda. Elasticidad. Macroeconomía: conceptos básicos, supuestos y variables macroeconómicas, condición de equilibrio macroeconómico. Economía del Conocimiento: el conocimiento y la información como generadores de resultados, valores, mejoras y utilidades. Capital tangible e intangible en la Economía del Conocimiento. Rubros de la Economía del Conocimiento: empresas de base tecnológica, empresas de software, biotecnología, nanotecnología, nanociencia, I+D+i, telecomunicaciones, robótica e industria aeroespacial, inteligencia artificial, Internet de las Cosas, Realidad Aumentada y Realidad Virtual, Simulación, entre otros. Marco legal.
			Inglés II	Vocabulario técnico y disciplinar. Verbos modales. Comparativos y superlativos. Voz pasiva. Reported speech.

			Historia de la Comunicación	Orígenes de la comunicación. Tipos de comunicación. La narración en la historia de la humanidad y su presencia en todas las civilizaciones. De la escritura a la imprenta. El proceso de alfabetización del mundo. El libro impreso. Transición socioeconómica entre el feudalismo y el capitalismo. Modernidad y posmodernidad. Comunicaciones eléctricas. Surgimiento y consolidación del periodismo. Redes: desde el telégrafo a internet. Telégrafo, radio, televisión, internet, redes sociales. Convergencia. Sistemas de comunicación. Consumo y producción de la comunicación. Entorno digital y comunicación.
			Experiencia de Usuario e Interfaz de Usuario	Diseño centrado en la experiencia de usuario. Teoría de Interfaces del Usuario. Desarrollo de la Interfaz de Usuario usable y accesible. Etapas de Ingeniería de Software. Metodologías de diseño inclusivo. Métodos de evaluación de usabilidad y accesibilidad Estándares internacionales, leyes y normas sobre accesibilidad. Diseño de diferentes clases de interfaces. Prototipación. Wireframes. Interfaces no tradicionales. Integración de medios no tradicionales

				de comunicación. El audio, tacto y voz. Visualización de datos masivos. Sistemas colaborativos.
			Análisis y Desarrollo de Audiencias	Definiciones de audiencias. Clasificación y métricas tradicionales y digitales. Indicadores. Métricas (alcance y de comportamiento). Analytics. Tracking. Sesiones. Rebotes. Segmentación. Funnel de conversión. Trends. Social Listening. Dashboards. Reportes en tiempo real. Branding. Adquisición, retención y monetización.
			Geopolítica de la Comunicación y los Contenidos	La comunicación digital e interactiva en el contexto local, regional y global. Geopolítica y comunicación. Medios y geopolítica. Geografía y geoeconomía. Desarrollo e interés nacional. Política de contenidos y relaciones internacionales. Agencias y flujo de información: períodos, transformaciones y actualidad. Cadenas de noticias y flujo de información de 24 horas. Contenidos, redes sociales y tecnologías de la información y la comunicación. Ciudad, urbanización, comunicación y política. Informe McBride. Información, comunicación y mercado global. Gobiernos, gobernanza y comunicación.

				Construcción de relatos, contenidos de ficción. Ideología, medios y comunicación.
			Investigación Periodística	La investigación como práctica clave del periodismo. Responsabilidades y rol de la investigación periodística. Discusiones en torno al concepto de “periodismo de investigación”. Investigación, comunicación y medios. Antecedentes y actualidad de la investigación periodística. Noticiabilidad y construcción de la noticia basada en la investigación. Agenda. Contexto y evaluación de temas. Métodos, técnicas y estrategias de la investigación periodística. Fuentes tradicionales y nuevas fuentes. Fuentes offline y online. Documentación, base de datos, análisis de datos. Las Tecnologías de la Comunicación y la información en la investigación periodística. Buenas prácticas y ética periodística.
			Metodología de la Investigación	Método y proceso. Objeto de estudio. Estudios empíricos y teóricos. Principales corrientes metodológicas y técnicas de investigación. Investigación cualitativa. Investigación cuantitativa. El proceso de investigación. Etapas del proceso de

				investigación en Ciencias Sociales. Elección, delimitación del objeto y el campo de la investigación. Formulación del problema a investigar. Técnicas de recolección, procesamiento y análisis de los datos. Construcción y validación de herramientas. Procesamiento y sistematización de la información cualitativa. Triangulación metodológica. Discusión de las distintas metodologías y técnicas referidas a la investigación. Investigación académica e investigación de mercado. Selección y uso de bibliografía y materiales de documentación.
			Marco Jurídico de la Comunicación	Información personal e información pública: derecho y libertades inherentes. Libertad de expresión, libertad de prensa y derecho de la comunicación. Comunicación, información y derechos: garantías constitucionales, normativa y jurisprudencia nacional e internacionales. Comunicación y censura. Fuente de información: protección y marco legal. Sujetos de la comunicación. Universalidad de sujetos: género, identidad, disidencias, discapacidad. Estado y derecho a la comunicación. Acceso a la información

				pública. Datos abiertos. Derechos del sujeto profesional de la comunicación. Responsabilidades penales posteriores a la emisión de mensajes. Delitos contra el honor. Doctrina de la Real Malicia. Responsabilidad civil de la prensa. Derechos de autor y derechos conexos. Protección de la creación periodística y comunicacional. Creative Commons. Derechos de autor e Internet.
			Comunicación institucional, corporativa y asuntos públicos	Principios y etapas de la comunicación en la empresa y en las instituciones. Relaciones públicas (RRPP). Temáticas y problemáticas de las RRPP desde una perspectiva comunicacional. Comunicación estratégica. La figura de el/la director/ra (Dircoms). Empresa, instituciones y medios. Empresa, instituciones y redes e interfaces. Imagen e identidad corporativa. Marca e identidad visual. Imagen pública. Gestión de la reputación. Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Gestión del conocimiento y diseño de información. La comunicación interna como herramienta de gestión organizacional. Gestión del cambio. Motivación y cultura organizacional. La comunicación en casos de crisis. Gestión de las emociones

				y comunicaciones difíciles. Impacto de la comunicación en la gestión cotidiana y en la productividad. Comunicación efectiva. Plan de comunicación corporativa. Comunicación y Asuntos Públicos. Relación comunicacional estratégica. Lobby. Mapa de públicos y de vínculos. Planes de comunicación.
--	--	--	--	--