

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA

Estrategias de comunicación del conocimiento científico

2. NOMBRE DE LA ASIGNATURA EN INGLÉS

Communicational strategies of scientific knowledge

3. TIPO DE CRÉDITOS DE LA ASIGNATURA *(Corresponde al Sistema de Creditaje de diseño de la asignatura, de acuerdo a lo expuesto en la normativa de los planes de estudio en que esta se desarrolla):*

SCT/	54	UDI/	OTROS/
------	----	------	--------

4. NÚMERO DE CRÉDITOS *(Indique la cantidad de créditos asignados a la asignatura, de acuerdo al formato seleccionado en la pregunta anterior, de acuerdo a lo expuesto en la normativa de los planes de estudio en que esta se desarrolla)*

2

5. HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL DEL CURSO *(Indique la cantidad de horas semanales (considerando una hora como 60 minutos) de trabajo presencial que requiere invertir el estudiante para el logro de los objetivos de la asignatura; si requiere convertir las horas que actualmente utiliza a horas de 60 minutos, utilice el convertidor que se encuentra en el siguiente link: [<http://www.clanfls.com/Convertidor/>])*

1,5

6. HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL DEL CURSO *(Indique la cantidad de horas semanales (considerando una hora como 60 minutos) de trabajo no presencial que requiere invertir el estudiante para el logro de los objetivos de la asignatura; si requiere convertir las horas que actualmente utiliza a horas de 60 minutos, utilice el convertidor que se encuentra en el siguiente link: [<http://www.clanfls.com/Convertidor/>])*

3

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Conocer y diferenciar diversas esferas comunicativas del conocimiento científico en psicología, estableciendo propósitos, audiencias y estrategias.

8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. Conocer las esferas de comunicación académica más usuales, con sus respectivos productos y estrategias de producción.
2. Aplicar estrategias efectivas de comunicación en productos asociados al trabajo de investigación doctoral.
3. Distinguir diversas plataformas de comunicación del conocimiento académico que favorecen la divulgación, el acceso abierto y la transferencia social.
4. Establecer las audiencias y los espacios no académicos de difusión y transferencia del conocimiento científico, según pertinencia y relevancia en la investigación doctoral.

9. SABERES / CONTENIDOS

- 1. Primera unidad: Comunicación del conocimiento en esferas académicas tradicionales.**
 - 1.1. Espacios de comunicación, estrategias de producción y audiencias del artículo científico.
 - 1.2. Espacios de comunicación, estrategias de producción y audiencias del Póster.
 - 1.3. Espacios de comunicación, estrategias de producción y audiencias de la ponencia científica.
 - 1.4. Redes sociales académicas para la divulgación de la producción científica (orcid, researchgate, academia.edu).

2. Acceso abierto: Nueva ética y políticas de difusión.

- 2.1. Definición
- 2.2. Tipos de acceso abierto
- 2.3. Estrategias de difusión en espacios abiertos

3. Comunicación del conocimiento en esferas no académica.

- 3.1. La cuestión del impacto social de la investigación y la transferencia del conocimiento.
- 3.2. Esferas y audiencias significativas de la investigación: profesionales y gestores de políticas públicas; profesionales y gestores del sector privado; población involucrada con los problemas investigados y ciudadanía en general.
- 3.3. Estrategias efectivas de comunicación según audiencias.

10. METODOLOGÍA

Curso en modalidad taller.

Cada unidad temática será trabajada de manera práctica y aplicada a la producción de comunicación asociado al trabajo de tesis doctoral de lps/las estudiantes.

Se utilizará, además, la visualización y análisis de plataformas virtuales y redes sociales, y el análisis de casos.

Primera unidad:

- Escritura académica. Ejercicio de borrador artículo científico
- Producción y presentación de póster en eventos académicos.
- Redes sociales académicas.

Segunda unidad:

- Estrategias de difusión en espacios abiertos

Tercera unidad:

- Impacto social de la investigación en psicología y la transferencia social del conocimiento.
- Estrategias efectivas de comunicación según audiencia no académica.

11. METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN

1. CIENTIFICO: (60%)

A. Elaboración borrador artículo científico (30% del apartado)

2. Presentación pública en espacio no tradicional (40%)

A partir de la definición de espacio y audiencia no académica, el estudiante deberá elaborar un producto comunicativo y publicarlo o difundirlo en la plataforma más pertinente: blog-web, columna de opinión, espacio de extensión, vinculación artística, radio, entre otros.

12. REQUISITOS DE APROBACIÓN *(Elementos normativos para la aprobación establecidos por el reglamento, como por ejemplo: Examen, calificación mínima, asistencia, etc. Deberá contemplarse una escala de evaluación desde el 1,0 al 7,0 , con un decimal.)*

ASISTENCIA *(indique %):* 70 %

NOTA DE APROBACIÓN MÍNIMA *(Escala de 1.0 a 7.0):* 4,0

REQUISITOS PARA PRESENTACIÓN A EXÁMEN: No existe esta opción

OTROS REQUISITOS:

13. PALABRAS CLAVE

Comunicación del conocimiento; estrategias de producción; audiencias; acceso abierto; transferencia social

14. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

Cadman, Kate. 2017. Introducing research rigour in the social sciences. Cap. 2. En: Cargill, Mand Burgess, S (eds). Publishing Research in English as an Additional Language: Practices, Pathways and Potentials. Adelaide: University of Adelaide Press. DOI: <https://doi.org/10.20851/english-pathways>. License: CC-BY-NC-ND 4.0

Cintra, P.R., Furnival, A.C., Milanez, D.H. 2018. Impacto del acceso abierto en citaciones y medios sociales de las principales revistas de ciencia de la información. Investigación Bibliotecológica 32(77), pp. 117-132

Delatin, D., Texeira, M.J., y Sandroni, L. (2015) De la investigación a la política pública: producción y circulación de conocimiento científico. Revista Nomadas 42. Colombia.

Duller, M., Korom, P., Schögler, R.Y., Fleck, C. 2018. Scholars as European public intellectuals? Media interventions in the 2014 European Parliament election campaign. European Societies. 20(2), pp. 322-353

Valverde, Jesús. 2013. El acceso abierto al conocimiento científico. REUNI+D. Red universitaria de investigación e innovación educativa. <http://hdl.handle.net/2445/36335>

15. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Mollett,A.; Moran,D. and Dunleavy,P. (2011). *Using Twitter in university research, teaching and impact activities. A guide for academics and researchers. LSE Public Policy Group*. Disponible on-line: http://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/files/2011/11/Published-Twitter_Guide_Sept_2011.pdf

Moreno, Francisco; Marthe, Norma y Rebolledo, Luis Alberto. 2010. Cómo escribir textos académicos según normas internacionales : APA,IEEE, MLA, Vancouver e ICONTEC. Barranquilla: Ediciones Uninorte.

Suber, P. (2015). *Acceso abierto*. México. UAEM. Disponible on-line: <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/21710>

16. RECURSOS WEB

<http://www.craftofscientificposters.com/>

UNESCO (2015). Open Access for Researchers. Module 1. Scholarly Communication. Paris. UNESCO. Disponible on-line: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002319/231938e.pdf>

UNESCO (2015). Open Access for Researchers. Module 2. Concepts of Openness and Open Access. Paris. UNESCO. Disponible on-line: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002322/232207E.pdf>

UNESCO (2015). Open Access for Researchers. Module 3. Intellectual Property Rights. Paris. UNESCO. Disponible on-line: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002322/232208E.pdf>

UNESCO (2015). Open Access for Researchers. Module 4. Research Evaluation Metrics. Paris. UNESCO. Disponible on-line: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002322/232210E.pdf>

UNESCO (2015). Open Access for Researchers. Module 5. Sharing your Work in Open Access. Paris. UNESCO. Disponible on-line: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002322/232211E.pdf>

Información adicional (que se solicita en la plataforma):

NOMBRE COMPLETO DEL DOCENTE RESPONSABLE / COORDINADOR

Caterine Galaz

Colaboradores: Mario Laborda y Francisco Osorio

RUT DEL DOCENTE RESPONSABLE / COORDINADOR

10.916843-2