

## Programa de Asignatura

### 1. Identificación General

Unidad Académica	<i>Facultad de Comunicación e Imagen</i>
Carrera/Programa	<i>Carrera de Periodismo</i>
Nombre del curso	<i>Taller de desarrollo de proyecto</i>
Código	<i>PERINTE16-1</i>
Tipo/carácter del curso	<i>Electivo de integración</i>
Área de formación	<i>F. Especializada</i>
Nivel/semestre	<i>IX Semestre</i>
SCT del curso	<i>4</i>
Requisitos	<i>No tiene</i>
Nº de estudiantes estimados/as	<i>35</i>

### 2. Nombre del curso en inglés

<i>Workshop on the development of a communication project</i>
---

### 3. Equipo docente

Docente(s) responsable/coordinador(a)	Unidad académica	Correo institucional
Diana Torres Arancibia	Periodismo	diana.torres@uchile.cl

Docentes colaboradores/as o docentes invitados/as	Unidad académica a la que pertenece

Becario/a de colaboración	<i>Señale si será un curso de modalidad presencial, virtual, mixto o híbrido</i>
---------------------------	--

#### 4. Carga académica y créditos SCT-Chile

Nº de créditos SCT	4
Duración total en horas del curso	81
Nº horas de trabajo sincrónico / presencial	3 Horas
Nº horas de trabajo asincrónico / no presencial	1,5 Horas

#### 5. Modalidad, día y horario

Modalidad	<i>Presencial</i>
Día	<i>Viernes</i>
Horario/sala	<i>09:15 - 11:45</i>

#### 6. Competencias específicas o disciplinares a las que contribuye el curso

*Entregar herramientas para el desarrollo y gestión de proyectos comunicacionales, con capacidad crítica, reflexiva y creativa, que dialoguen con el ecosistema comunicacional en el cual están insertos, desde el ámbito de lo público y privado.*

#### 7. Competencias genéricas / sello a las que contribuye el curso

<i>Indique las consignadas en el reglamento de carrera y en el documento ficha de curso</i>

#### 8. Propósito formativo del curso

*La propuesta tiene como misión entregar herramientas para el desarrollo de multiplataformas comunicacionales, con especial enfoque en el planteamiento de proyectos sociales y transformadores. Asimismo, el curso se presenta como una continuidad de los ramos troncales, ya que aplica conocimientos adquiridos previamente.*

#### 9. Resultados de aprendizaje del curso

*El o la estudiante será capaz de:*

- 1. Identificar los requerimientos para el desarrollo de un proyecto comunicacional.*
- 2. Conocer*
- 3.*

#### 10. Saberes fundamentales - contenidos / unidades temáticas e indicadores de logro (aprendizaje)

<b>Nombre de la Unidad</b>	<b>Contenidos</b>	<b>Indicadores de Aprendizaje</b>
UNIDAD I: Introducción al curso, modelos de sostenibilidad y Enfoque Político-administrativo	Dimensión referida a los valores, ejes programáticos y los objetivos de la organización. Este ítem también contempla la línea editorial basada en los objetivos de la organización.	Identificar los diversos enfoques que sostienen un proyecto comunicacional. Identificar la visión/misión, la vinculación con el medio y el territorio, el financiamiento para la gestión e implementación, la estructura orgánica, entre otros.
UNIDAD II: Enfoque Social-comunicativo y Organizacional	Inserción de la plataforma en el mapa de los medios locales, nacionales y regionales, como también la construcción de sentido y de contenidos.  Definir las formas de organizar el trabajo y la participación de la comunidad, además de la definición de los espacios de toma de decisiones y los estilos de dirección	Identificar y definir la ubicación del proyecto comunicacional en el ecosistema comunicacional. Conocimiento y desarrollo de un Catastro de medios y un Diagnóstico Comunicacional Local para ubicar al actor y espacio mediático/no mediático. Conocer la agenda local y pública.

UNIDAD III: Enfoque Económico y sistemas de financiamiento	Definición del sistema de financiamiento. Mediante fondos, subvenciones, inversión privada.	Identificar modelos de sostenibilidad económica y financiera. Incluye el desarrollo de criterios de administración de los recursos y la proyección económica, esto considera el financiamiento, autofinanciamiento o los fondos concursables a los que se puede acceder, el cobro por publicidad y más.
--	---	---

### 11. Estrategias metodológicas

#### a) Descripción general de las metodologías

*Clases Sincrónicas: Para lograr los resultados de aprendizajes de este curso se desarrollarán una metodologías participativa y dinámica, que contempla:*

- *Aprendizaje basado en el desarrollo de un proyecto*
- *Y también se realizarán clases teóricas, actividades grupales y talleres.*

#### b) Esquema de evaluaciones/estrategia evaluativa en el curso

Actividad de evaluación	Tipo de evaluación	Ponderación en la nota final
<i>Prueba 1</i>		30%
<i>Prueba 2</i>		30%
<i>Estudio de caso</i>		40%
<i>Examen final: Promedio bajo 5,0 o una nota parcial inferior a 4,0</i>		30%

### 12. Planificación y cronograma preliminar del curso:

Semana	Detalle	Comentarios
--------	---------	-------------

Número	Lunes	Viernes		
Semana 1	11 - mar	15 - mar	Clases lectivas	
Semana 2	18 - mar	22 - mar		
Semana 3	25 - mar	29 - mar		Viernes 29 de marzo feriado
Semana 4	01 - abril	05 - abril		Semana Mechona (Estudiantes nuevos estarán eximidos de participar en actividades académicas desde las 13:00 hrs)
Semana 5	08 - abril	12 - abril		
Semana 6	15 - abril	19 - abril		
Semana 7	22 - abril	26 - abril		
	<b>29 - abril</b>	<b>03 - may</b>	<b>Pausa primer semestre</b>	
Semana 8	06 - may	10 - may	Clases lectivas	
Semana 9	13 - may	17 - may		

Semana 10	20 – may	24 – may		Martes 21 de mayo feriado
Semana 11	27 – may	31 – may		
Semana 12	03 – jun	07 – jun		
Semana 13	10 – jun	14 – jun		
<b>Semana 14</b>	<b>17 – jun</b>	<b>21 – jun</b>	<b>Sem. trabajo autónomo</b>	<b>Jueves 20 de junio feriado</b>
Semana 15	24 – jun	28 –jun	Clases lectivas	
Semana 16	01 – jul	05 – jul		
Semana 17	08 – jul	12 - jul	Exámenes	
Semana 18	15 – jul	19 – jul		Martes 16 de julio feriado
	22 - jul		Cierre de actas	

13. Requisitos de aprobación:

*Nota mínima: 4,0.*

#### 14. Recursos de aprendizaje o bibliografía

##### a) básica obligatoria

*Kaplún, G. (2005): "Cuatro ideas obvias para democratizar la comunicación", en revista Decisio, núm. 10, CREFAL, Patzcuaro (México).*

*Martín Barbero, J. (1984). Comunicación popular y los medios transnacionales. Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación nº 8, 4-11.  
<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i8>*

*Rodríguez, C. (2009). De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término. Folios, revista de la Facultad de Comunicaciones, (21-22), 13-25.*

*Planificación y comunicación de Juan Díaz Bordenave y Horacio Martins de Carvalho. Quito, Ecuador : CIESPAL (2016).*

*"El diseño colectivo de la gestión. Un proyecto, cuatro dimensiones". Citado en "Como sea: Sostenibilidad económico administrativa de las radios comunitarias argentinas" (Binder, Fisher y Godínez Galay, 2017)*

*Habitar la red. Comunicación, cultura y educación en entornos tecnológicos enriquecidos Anabel CASTILLO. Quito, Ecuador : CIESPAL (2014).*

*Kreps, Gary L (1995). La comunicación en las organizaciones. Addison Wesley Iberoamericana. USA.*

##### b) adicional o bibliografía complementaria

*Indique recursos o textos de referencia (sugeridos) a ser consultados por estudiantes. Se sugiere la utilización del sistema de citación APA, y además que se indiquen los códigos ISBN de los textos.*

##### c) Recursos web

*Secretaría General de Gobierno - Fondo de Fomento de Medios de Comunicación Social  
<https://fondodemedios.gob.cl/>*

#### 15. Requisitos de asistencia y/o participación

*Asistencia: 75%*