# PROGRAMA DE ASIGNATURA

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **IDENTIFICACIÓN** | | | | | |
| Carrera: Artes Visuales, Diseño Gráfico, Diseño de Juegos Digitales, Diseño de Productos, Diseño de Vestuario y Textil, Publicidad, PeriodismoUnidad responsable: Escuela Diseño, Escuela de Periodismo, Escuela de PublicidadNombre: Bloque de Conocimientos II – Nuevas Audiencias y Consumidores **Código:** CCC202  **Periodo:** Sexto semestre  **Área de Conocimiento UNESCO:** Humanidades y Artes. Sub área: 21 Artes. | | | | | |
| Requisito para cursar: | Requisitos previos: CAV104, CCG104, CCJ104, DDP104, CDT104, CCP104, CNP104 | | | **Co - Requisitos:** | |
| 1. **CARGA ACADÉMICA** | | | | | |
| **Tipo de Actividad** | | **SCT (horas cronológicas)** | | | |
| **Directas** | | | **Personal** |
| Teórico | | 0,75 | | | 6 |
| Ayudantía | |  | | |  |
| Laboratorio | |  | | |  |
| Taller | | 2,25 | | |  |
| Terreno | |  | | |  |
| Clínica | |  | | |  |
| **Total horas dedicación semanal** | | **9** | | | |
| **Créditos** | | **5** | | | |
| 1. **DESCRIPCIÓN** | | | | | |
| Esta asignatura tributa al ámbito interdisciplinario del perfil de egreso, específicamente en el desarrollo de los siguientes resultados de aprendizaje:  - Realizar procesos de co-creación, con la participación de la comunidad, técnicos y profesionales de diversas áreas, y con base en la sinergia de ideas y acciones innovadoras y factibles.  -Gestionar procesos orientados a objetivos definidos en base a una organización estratégica, desde el uso eficaz de los recursos humanos, energéticos y materiales disponibles.  -Crear redes de contacto y difusión mediática, en el contexto de una sociedad globalizada, poniendo en práctica, según sea el caso, el dominio del inglés.  A partir del 5° semestre se introduce el sistema de malla abierta o flexible para asignaturas de especialización o profundización de conocimientos y se recurre a la oferta de todas las carreras creativas, perfilándolo de acuerdo a sus intereses y potenciando la colaboración interdisciplinar. Son cursos que permiten una oferta educativa diferenciadora actualizada de acuerdo a criterios estratégicos de las carreras creativas, correspondientes a temáticas de la agenda país, circunstanciales de alta relevancia para la disciplina o funcionales a las temáticas desarrolladas en los talleres. La asignatura es de carácter profesional de profundización, especialización y actualización de conocimientos vinculada la propuesta estratégica de cada escuela, referida a las siguientes áreas: normas y legislación, tecnologías blandas y duras, lenguaje y comunicación, investigación y desarrollo, cursos y seminarios de profesionalización. | | | | | |
| 1. **APRENDIZAJES ESPERADOS** | | | 1. **CONTENIDOS** | | |
| 1. Nivelar expectativas del ramo, establecer y compartir las reglas de juego del ramo, y despertar la curiosidad sobre la etapa de cambio actual, potenciando una colaboración interdisciplinar (trabajo en grupo, casos, etc.) 2. Adquirir conocimientos respecto al SER (uno mismo) y la relación e impacto con otros. Adquirir conocimientos básicos de plataformas tecnológicas masivas actuales, comprender diferentes enfoques sobre temas actuales (casos), adquirir conocimientos básicos sobre neuromarketing. 3. Comprender y dimensionar los efectos en todo ámbito de los cambios actuales; comprender mejor la cuarta revolución industrial; adquirir conocimientos y herramientas para enfrentar mejor los tiempos que vienen | | | **UNIDAD I: INTRODUCIÓN Y PRESENTACIÓN**  Presentación profesor, alumnos  Presentación del ramo y reglas del juego  Entrega programa y syllabus de asignatura  Introducción al contenido del ramo  **UNIDAD II: CONOCIENDOME A MI MISMO Y AL NUEVO CONSUMIDOR**  Análisis del impacto de las nuevas tecnologías en nosotros mismos  Buscadores y ZMOT  Comportamiento actual: caso ISAPRES  Conceptos y tipos de segmentación  Neuromarketing  Charla de invitado experto  **UNIDAD III: EFECTO SOBRE LOS MEDIOS, LA POLÍTICA Y ORDEN SOCIAL, Y LA EDUCACIÓN, ENTRE OTROS**  Medios más utilizados y medición resultados  Análisis de modelos económicos actuales y futuros  Análisis de la política del futuro  Charla de invitado experto  Análisis de posturas: Proyecto Zero, Ken Robinson, Kahn Academy, Sugata Mitra  Trabajo proyectivo: La Nueva Educación | | |
| 1. **HABILIDADES TRANSVERSALES** | | | | | |
| * Comunicación oral y escrita * Pensamiento crítico * Razonamiento científico * Tecnologías de la información * Responsabilidad social | | | | | |
| 1. **MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN** | | | | | |
| A.- Método de enseñanza – aprendizaje:   * Clases teóricas expositivas-participativas. * Estudios de casos. * Talleres. * Ejercicios/trabajo en clase.   B.- Acciones evaluativas:   * 25% Nota asistencia * 25% Nota compromiso y participación * 25% Nota tareas y trabajos * 25% Nota #LaClasePasadaAprendi     C.- La evaluación final del curso se calculará de la siguiente forma:   * Nota de presentación: 70% * Examen: 30% | | | | | |
| 1. **º CONDICIONES DE APROBACIÓN** | | | | | |
| * Dado que no existen pruebas solemnes, los alumnos deberán preocuparse clase a clase de su porcentaje de asistencia y de los trabajos/tareas que sean informados de forma esporádica. El no asistir a una clase, puede significar tener menos notas a evaluar a final de semestre, siendo esto de exclusiva responsabilidad del alumno.      * Tendrán derecho a eximirse los alumnos que tengan una nota de presentación igual o superior a 5,5. * El ramo se entenderá por aprobado con nota final igual o superior a 4,0 * Solo se aceptarán ausencias debidamente justificadas con certificado médico o similar. Este deberá ser presentado al profesor con máximo 5 días hábiles posteriores a la inasistencia. Dicho justificativo se traducirá en que el alumno será considerado como “presente” el día de inasistencia. Toda inasistencia o atraso por motivos diferentes, deberá ser presentado a la Secretaria Académica, siendo ella la que resuelva si se considera como asistido o no a dicha clases. | | | | | |
| 1. **BIBLIOGRAFÍA** | | | | | |
| Todo el material trabajado en clase es elaborado por el profesor en función de la experiencia personal, sumado a investigación en Internet respecto a los temas tocados. Links a los artículos y sitios de interés serán citados en las clases, las que son compartidas con los alumnos en formato pfd. | | | | | |
| 1. **CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB** | | | | | |
| Teórico: 1  Taller: 3  Personal: 8  **Créditos UNAB: 12** | | | | | |

**SYLLABUS**

Calendario de Contenidos y Actividades de la Asignatura

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nombre de Unidad de Aprendizaje o de** | **Aprendizajes Esperados** | **Bibliografía y Webliography** | **Estructura de Contenidos (por clase)** | **Actividades de Evaluación y Fecha** |
| **UNIDAD I: INTRODUCIÓN Y PRESENTACIÓN** | Comprender y dimensionar que estamos viviendo una nueva era, por ende, enfrentando de nuevas formas a un nuevo consumidor |  | Clase 1  Clase 2  Clase 3 | Tareas 1 y 2  Nota participación clase a clase |
| **UNIDAD II: CONOCIENDOME A MI MISMO Y AL NUEVO CONSUMIDOR** | Entender que para conocer al nuevo consumidor, primero tenemos que mirarnos y comprendernos a nosotros mismos, y luego  identificar y comprender a los nuevos grupos de consumidores, y las variables que los definen. |  | Clase 4  Clase 5  Clase 6 | Tareas 3 y 4  Nota participación clase a clase  Nota compromiso primera mitad |
| **UNIDAD III: EFECTO SOBRE LOS MEDIOS, LA POLÍTICA Y ORDEN SOCIAL, Y LA EDUCACIÓN, ENTRE OTROS** | Conocer los medios actualmente más usados y más efectivos, y métricas asociadas.  Comprender y dimensionar las implicancias de la era actual en los medios, en la política y el orden social, en la educación y en todos los aspectos que hoy nos competen. |  | Clase 7 a 18 | Tareas 5 y 6  Nota participación clase a clase  Nota compromiso segunda mitad  Nota asistencia (al cierre del ramo) |