

Propuesta de actividad acreditable como práctica pre-profesional para estudiantes del IC

Jornadas de Investigación de FIC 2017

Introducción y contextualización

Las segundas Jornadas de Investigación de FIC son un evento académico destinado a la difusión de las actividades de investigación producidas en la Facultad de Información y Comunicación, sus Unidades Asociadas y otros actores vinculados al área de la comunidad nacional y regional.

Para la organización del evento se designó una Comisión Académica integrada por los docentes Fernando Andacht, Nicolás Guigou, Javier Canzani y Fernando González Perilli a la que se sumaron Sofía Ache y Ana Martínez como docentes de apoyo y Casilda Rocha como apoyo administrativo.

Se espera que se realicen aproximadamente 300 ponencias y se convoca a un público amplio dentro y fuera de la comunidad académica, por lo cual se hacen necesarias distintas actividades de comunicación y producción.

Actividades a realizar por los estudiantes

Como encuadre general, los estudiantes que se sumen a esta propuesta participarán en la ejecución del plan de comunicación y en la puesta a punto de distintos aspectos organizativos.

En ese sentido, los estudiantes que opten por incorporarse a esta actividad deberán:

- 1) Colaborar con el equipo del proyecto en el desarrollo del plan de comunicación (públicos, medios a utilizar y sus propósitos).
- 2) Colaborar en el espacio web y redes sociales de las jornadas (definición de los contenidos y su estructura, montaje en el gestor de contenidos, dominio web, etc.)

Aspectos didácticos: modalidad de cursado, metodología y rol docente

La modalidad será semi-presencial, combinando encuentros presenciales con actividades no presenciales interencuentros. El equipo docente será a cargo de la práctica será el equipo a cargo de la organización.

Criterios de selección de colaboradores.

La selección se hará en base a la escolaridad.

Por la naturaleza de las actividades propuestas, se sugiere que esta actividad se encuentre dirigida a estudiantes de los ciclos de profundización y graduación de la Licenciatura en Comunicación.

Como conocimientos previos se valorará haber cursado o estar cursando el Taller de comunicación Oral y Escrita y unidades curriculares vinculadas con el Trayecto Organizacional (Comunicación estratégica, Identidad e imagen organizacional) y con el Trayecto Publicidad (Creatividad publicitaria, Imagen II, Introducción al diseño gráfico, Planificación de medios, Marketing básico).

Se tendrán en cuenta estudiantes que posean, por último, conocimientos previos de software de diseño gráfico y web.

Propuesta de créditos a asignar: 4 (60 horas)

Propuesta de acreditación: Práctica pre-profesional.