



SÍLABO

MATERIA: LENGUAJE, COMUNICACIÓN Y

TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION

CÓDIGO: LC3-113

UNIDADES DE CRÉDITOS: 3

SEMINARIO EVANGÉLICO DE CARACAS
LENGUAJE, COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACION
CÓDIGO: LC3-113
UNIDADES DE CRÉDITO: 3

Descripción

El siglo XXI se caracteriza por un desarrollo tecnológico sin precedentes en la historia, y la comunicación tiene cada vez mayor preponderancia. Esto representa un gran desafío para la iglesia, la cual debe concientizar este fenómeno y tomar medidas concretas para actualizarse y hacer uso de dichas tecnologías en pro de difundir eficazmente el mensaje del evangelio, promover los valores judeocristianos que han llevado a la sociedad occidental hacia la cúspide del desarrollo y ser ese elemento transformador de la humanidad que el Señor Jesucristo nos demanda.

El Seminario Evangélico de Caracas presenta la materia "Lenguaje, Comunicación y Tecnologías de la Información" que tiene como objetivo principal ayudar al estudiante a comprender y manejar el lenguaje en sus diferentes formas de expresión al momento de comunicar ideas, haciendo uso eficaz de las herramientas que ofrece la tecnología actual.

Propósito

El propósito de esta asignatura es dotar a los estudiantes de herramientas prácticas y teóricas para comprender y utilizar el lenguaje de manera efectiva en sus diferentes formas de expresión. Se busca que los estudiantes desarrollen habilidades en la comunicación escrita y oral, así como la capacidad de utilizar las nuevas tecnologías y redes sociales para difundir eficazmente el mensaje del evangelio y promover los valores cristianos en el contexto social contemporáneo. Con esta formación, los estudiantes estarán mejor preparados para enfrentar los desafíos de la comunicación en el siglo XXI y ser agentes de transformación en su entorno.

Objetivos

Al finalizar el curso, los alumnos habrán adquirido capacidad de:

I. Área cognitiva

- a. Comprender los fundamentos básicos de la comunicación y su relevancia en el contexto social y eclesial actual.
- b. Desarrollar habilidades de producción textual y comprensión lectora que permitan una comunicación escrita efectiva y clara.
- c. Analizar y aplicar los conceptos de gramática y análisis morfosintáctico como elementos esenciales en el acto comunicativo e interpretativo de cualquier mensaje.
- d. Adquirir conocimientos y técnicas para el desarrollo de la comunicación oral, incluyendo la preparación de presentaciones en PowerPoint y principios de diseño.
- e. Fomentar la creatividad e innovación en la comunicación, explorando nuevas formas de expresión y adaptando los mensajes a las plataformas y audiencias específicas.
- f. Comprender el papel de las redes sociales y las tecnologías de la información en la comunicación contemporánea, y utilizarlas de manera efectiva para difundir el mensaje cristiano y promover los valores judeocristianos.

- g. Analizar el impacto de la inteligencia artificial en la comunicación y reflexionar sobre sus alcances y desafíos en el contexto actual.
- h. Desarrollar habilidades para el uso de herramientas en línea como Canva y aplicaciones de edición de imágenes y videos, con el fin de crear contenidos visuales atractivos para las redes sociales.
- i. Integrar los conocimientos adquiridos en una narrativa transmedia, diseñando campañas publicitarias y estrategias de comunicación que aprovechen los diferentes medios y formatos disponibles.
- j. Aplicar el aprendizaje teórico y práctico de la materia en situaciones cotidianas y ministeriales, demostrando una comunicación efectiva y creativa en diversos contextos.

Estos objetivos del área cognitiva buscan fortalecer el conocimiento y las habilidades de los estudiantes en la comunicación y el uso de las tecnologías de la información, permitiéndoles ser comunicadores eficaces y relevantes en el mundo contemporáneo y en el cumplimiento de su misión cristiana.

II. Área de actitudes y valores:

- a. Fomentar la disposición y apertura para aprender y mejorar constantemente en el ámbito de la comunicación y el uso de las tecnologías de la información, reconociendo su relevancia en la vida personal y ministerial.
- b. Cultivar la responsabilidad y el compromiso en el desarrollo de las habilidades comunicativas, reconociendo que la comunicación efectiva es clave para transmitir el mensaje cristiano de manera clara y impactante.
- c. Fomentar la empatía y la escucha activa como valores fundamentales en la comunicación, mostrando interés genuino por las necesidades e inquietudes de los demás y promoviendo una comunicación respetuosa y compasiva.
- d. Cultivar la creatividad como un valor esencial en la comunicación, animando a los estudiantes a explorar nuevas formas de expresión y a pensar fuera de lo convencional para transmitir el mensaje cristiano de manera innovadora.
- e. Incentivar el trabajo en equipo y la colaboración en las actividades prácticas de la materia, reconociendo que la comunicación efectiva es un esfuerzo colectivo que requiere la contribución de todos los miembros del grupo.
- f. Promover la ética y la integridad en el uso de las tecnologías de la información y las redes sociales, enfatizando la importancia de utilizar estas herramientas de manera responsable y respetuosa, evitando el uso de contenidos inapropiados o falsos.
- g. Fomentar la adaptabilidad y la flexibilidad en la comunicación, reconociendo que el contexto social y tecnológico está en constante cambio, y animando a los estudiantes a ajustarse a las nuevas tendencias y plataformas de comunicación.
- h. Cultivar el sentido de pertinencia social en la comunicación, alentando a los estudiantes a utilizar sus habilidades comunicativas para contribuir positivamente a la sociedad y promover los valores cristianos en su entorno.
- i. Incentivar la autenticidad y la congruencia en la comunicación, alentando a los estudiantes a ser fieles a sus principios y valores cristianos en todas sus interacciones comunicativas.
- j. Fomentar una actitud de servicio y servicio al prójimo en la comunicación, reconociendo que la comunicación efectiva puede ser una herramienta poderosa para edificar, consolar y alentar a otros en su fe y vida espiritual.

Estos objetivos del área de actitudes y valores buscan formar comunicadores cristianos íntegros, empáticos y creativos, que utilicen las habilidades comunicativas y las tecnologías de la información para difundir el mensaje del evangelio de manera efectiva y transformadora, y que sean agentes de cambio positivo en su comunidad y en la sociedad en general.

III. Áreas de habilidades y destrezas

- a. Desarrollar habilidades de comunicación escrita, permitiendo a los estudiantes redactar textos claros, coherentes y persuasivos, adecuados a diferentes contextos y audiencias.
- b. Fortalecer las habilidades de comprensión lectora, para que los estudiantes puedan interpretar y analizar diversos tipos de textos, identificando las ideas principales y secundarias, así como las intenciones del autor.
- c. Potenciar las habilidades de comunicación oral, brindando a los estudiantes herramientas para expresarse de manera clara, efectiva y con seguridad en diferentes situaciones comunicativas, tales como presentaciones, discursos o charlas.
- d. Desarrollar habilidades de diseño y presentación, permitiendo a los estudiantes crear material visual atractivo y profesional utilizando herramientas digitales como PowerPoint, Canva y otras aplicaciones de diseño gráfico.
- e. Fortalecer las habilidades de producción audiovisual, capacitando a los estudiantes para crear y editar videos de calidad, aplicando técnicas de pre y post producción, y utilizando plataformas digitales para la difusión de contenido.
- f. Desarrollar habilidades de análisis crítico, para que los estudiantes puedan evaluar de manera objetiva y fundamentada la eficacia y relevancia de distintos mensajes y estrategias de comunicación.
- g. Potenciar las habilidades de trabajo en equipo y colaboración, permitiendo a los estudiantes participar activamente en proyectos comunicativos conjuntos, fomentando la creatividad y enriqueciendo las ideas a través del diálogo y la interacción.
- h. Fortalecer las habilidades de adaptabilidad tecnológica, capacitando a los estudiantes para utilizar y aprovechar las herramientas digitales y las redes sociales de manera eficiente y actualizada.
- i. Desarrollar habilidades de narrativa transmedia, permitiendo a los estudiantes combinar diferentes medios y plataformas de comunicación para contar historias y transmitir mensajes de manera integrada y coherente.
- j. Potenciar las habilidades de expresión visual, incentivando a los estudiantes a utilizar imágenes, gráficos y recursos visuales de manera efectiva y creativa para complementar sus mensajes y comunicar ideas de forma impactante.

El enfoque en el desarrollo de estas habilidades y destrezas tiene como objetivo capacitar a los estudiantes para que sean comunicadores competentes y versátiles, capaces de utilizar las tecnologías de la información y la comunicación de manera efectiva y creativa, y de adaptarse a las demandas cambiantes del entorno digital. Estas habilidades son fundamentales para que los estudiantes puedan comunicar el mensaje cristiano de manera relevante y significativa, y para que sean agentes de cambio positivo en la sociedad a través de su comunicación.

Contenido programático

Unidad 1: Introducción al Lenguaje y la Comunicación

- Fundamentos básicos de la comunicación.
- Antecedentes históricos de la comunicación humana.
- Los protagonistas y elementos clave en el proceso de comunicación.
- Producción textual y tipos de textos.
- Características de textos escritos y orales.
- Tipos de textos: narrativos, descriptivos, argumentativos, expositivos, entre otros.
- Importancia de la comunicación para la iglesia y sus ámbitos de aplicación.
- Relevancia de la comunicación en la interpretación bíblica y la predicación.
- Comunicación para la evangelización y relaciones públicas de la iglesia.
- Impacto de la comunicación en el desarrollo intelectual y pertinencia social del mensaje cristiano.
- La tecnología en la comunicación. Características y desafíos.
- La evolución de la tecnología y su impacto en la comunicación.
- Retos y oportunidades de la tecnología en el ámbito cristiano.

Unidad 2: Comunicación Escrita

- La gramática y el análisis morfosintáctico como elementos esenciales del acto comunicativo e interpretativo de cualquier mensaje.
- Fundamentos de gramática y sintaxis.
- Análisis morfológico y sintáctico de oraciones y textos.
- La Comprensión lectora como habilidad fundamental del ejercicio de la comunicación.
- Estrategias para mejorar la comprensión lectora.
- Técnicas de análisis e interpretación de textos.

Unidad 3: Comunicación Oral

- Bases de la oratoria y los componentes de la comunicación oral.
- Principios de la oratoria y su aplicación en la comunicación efectiva.
- Componentes de la comunicación oral: voz, lenguaje corporal, entonación, etc.
- Presentaciones en PowerPoint y principios de diseño.
- El uso efectivo de PowerPoint como herramienta para presentaciones.
- Principios de diseño gráfico para lograr presentaciones visuales atractivas.

Unidad 4: Innovación, Creatividad y Comunicación

- La Innovación y la creatividad y su enlace con la comunicación para hacer un uso efectivo de las redes sociales.
- Estimulación de la creatividad en el ámbito comunicativo.
- El papel de la innovación en la difusión del mensaje cristiano.

Unidad 5: Redes Sociales y Tecnologías de la Información

- Marshall McLuhan y la comunicación social.
- Análisis de las teorías de Marshall McLuhan sobre los medios de comunicación y su influencia en la sociedad.
- Las Redes sociales - antecedentes y tipos.
- Tipos de redes sociales y su función en la comunicación contemporánea.
- La Inteligencia Artificial - alcances y desafíos.
- Exploración de la IA y su impacto en la comunicación y el contenido digital.

Unidad 6: Imágenes y Artes Gráficas

- Empleo de plataformas en línea como Canva para el diseño de posts, historias, carteles e infografías para redes sociales.
- Utilización de herramientas digitales para la creación de contenido visual.
- Uso de aplicaciones para editar imágenes, tomando en cuenta los principios de la composición visual y las artes gráficas.
- Edición y mejora de imágenes para su uso en redes sociales y otros medios digitales.

Unidad 7: Producción Audiovisual

- Creación de videos para reels, feeds, estados y otras publicaciones para redes sociales.
- Técnicas de grabación y edición de videos para diferentes formatos digitales.
- Uso de aplicaciones para editar videos, criterios de edición y manejo de las diferentes técnicas de pre y post producción.
- Producción de contenido audiovisual efectivo y atractivo.

Unidad 8: La Narrativa Transmedia como forma de abordar la promoción de ideas combinando todo lo antes visto a manera de campaña publicitaria a través de las redes sociales y su implementación para la iglesia.

- Concepto de narrativa transmedia y su aplicación en la comunicación en redes sociales.
- Desarrollo de una campaña de comunicación transmedia para la difusión de mensajes cristianos.

Estrategias didácticas

La asignatura tiene un carácter teórico-práctico. De allí que el trabajo del alumno es muy importante. Se sugiere el desarrollo de la misma con exposiciones y presentaciones por el profesor; lecturas y análisis de la bibliografía por parte del alumno, búsqueda de información complementaria en bibliotecas y en la red, para la elaboración de trabajos escritos. Clases expositivas y participativas.- Lecturas complementarias y análisis de casos prácticos, Observación y estudio de videos en línea,- Trabajo en equipo y dinámicas de grupo, Ejercicios prácticos de comunicación escrita y oral, Evaluación continua y retroalimentación.

Las actividades de aula comprenderán ejercicios prácticos que permitirán al estudiante desarrollar habilidades en la comunicación oral y escrita. La investigación en la red permitirá al estudiante desarrollar su capacidad de observación, selección y síntesis. Las lecturas complementarias ayudarán en la lectura eficaz, escritura eficiente, el uso gramatical y ortográfico en la práctica.

Estrategias de evaluación

La evaluación de la asignatura tendrá tanto un carácter formativo como sumativo. Se considerará la entrega puntual de los trabajos asignados.

Las estrategias de evaluación para la materia de "Lenguaje, Comunicación y Tecnologías de la Información" pueden incluir diversas formas de medir el aprendizaje y el desarrollo de habilidades de los estudiantes. Aquí se presentan algunas posibles estrategias de evaluación:

Semana 3. Comunicación escrita: (Puntuación: 2 puntos)

- Descripción: Los estudiantes realizarán ejercicios de escritura que abarquen diferentes tipos de textos y se evaluará su habilidad para comunicarse de manera efectiva por escrito.

Semana 5. La Comprensión lectora como habilidad fundamental del ejercicio de la comunicación: (Puntuación: 2 puntos)

- Descripción: Se evaluará la habilidad de los estudiantes para comprender y analizar textos diversos, así como su capacidad para extraer información relevante.

Semana 6. Comunicación oral - Bases de la oratoria y los componentes de la comunicación oral: (Puntuación: 3 puntos)

- Descripción: Los estudiantes realizarán presentaciones orales y se evaluará su capacidad para comunicar ideas con claridad, fluidez y persuasión.

Semana 8. Presentaciones en PowerPoint y principios de diseño: (Puntuación: 2 puntos)

- Descripción: Los estudiantes crearán presentaciones en PowerPoint aplicando principios de diseño gráfico y se evaluará la efectividad de su comunicación visual.

Semana 9. Innovación, creatividad y comunicación - La Innovación y la creatividad y su enlace con la comunicación para hacer un uso efectivo de las redes sociales: (Puntuación: 1.5 puntos)

- Descripción: Se evaluará la capacidad de los estudiantes para generar ideas creativas e innovadoras para campañas en redes sociales.

Semana 10. Redes sociales y nuevas tecnologías - Marshall McLuhan y la comunicación social: (Puntuación: 1.5 puntos)

- Descripción: Los estudiantes realizarán una investigación sobre la influencia de Marshall McLuhan en la comunicación social y cómo se aplica en el contexto actual de las redes sociales.

8Redes sociales y nuevas tecnologías - Las Redes sociales - antecedentes y tipos: (Puntuación: 1.5 puntos)

- Descripción: Los estudiantes analizarán la evolución y diversidad de las redes sociales, identificando sus características y funciones principales.

Redes sociales y nuevas tecnologías - La Inteligencia Artificial - alcances y desafíos: (Puntuación: 1.5 puntos)

- Descripción: Los estudiantes investigarán cómo la Inteligencia Artificial se relaciona con las redes sociales y su impacto en la comunicación y la sociedad.

Semana 11. Imágenes y artes gráficas: (Puntuación: 2 puntos)

- Descripción: Los estudiantes utilizarán herramientas de diseño gráfico y plataformas en línea para crear imágenes y artes gráficas para su uso en redes sociales.

Semana 12. Producción audiovisual - La narrativa Transmedia como forma de abordar la promoción de ideas combinando todo lo antes visto a manera de campaña publicitaria a través de las redes sociales y su implementación para la iglesia: (Puntuación: 2 puntos)

- Descripción: Los estudiantes crearán una narrativa transmedia que abarque diferentes plataformas de redes sociales y evaluarán su impacto como campaña publicitaria.

Semana 14, 15 y 16. Evaluaciones de los proyectos finales - Conclusiones y Revisión del impacto del curso en la vida y ministerio de cada participante: (Puntuación: 2.5 puntos)

- Descripción: Los estudiantes presentarán sus proyectos finales y compartirán sus conclusiones sobre el curso y su impacto en su vida y ministerio.

Para el proyecto final de la materia sobre " Lenguaje, Comunicación y tecnologías de la información", podrías plantear a los estudiantes la creación de una campaña de comunicación integral para promover un tema o mensaje relevante en el ámbito de la iglesia, utilizando diferentes

plataformas de redes sociales y aprovechando las nuevas tecnologías disponibles. El proyecto se podría dividir en varias etapas:

1. Investigación y planificación: Los estudiantes deberán investigar y analizar el tema seleccionado, identificar al público objetivo, definir los objetivos de la campaña y planificar la estrategia de comunicación.

2. Diseño de contenido creativo: Los estudiantes crearán contenido creativo para las redes sociales, incluyendo imágenes, videos, infografías, textos, entre otros, que se alineen con la narrativa transmedia propuesta para la campaña.

3. Implementación en redes sociales: Los estudiantes llevarán a cabo la implementación de la campaña en diferentes plataformas de redes sociales, asegurándose de utilizar las herramientas y funciones adecuadas para cada una.

4. Monitoreo y análisis: Se realizará un seguimiento y análisis del impacto de la campaña en las redes sociales, midiendo la interacción, el alcance y la respuesta de la audiencia.

5. Evaluación y reflexión: Los estudiantes evaluarán los resultados de la campaña y realizarán una reflexión sobre los aprendizajes obtenidos durante el proceso.

6. Presentación del proyecto: Los estudiantes presentarán su campaña de comunicación a través de una presentación oral, utilizando herramientas visuales como PowerPoint, Prezi, o videos para destacar los aspectos más importantes del proyecto.

El proyecto final permitirá a los estudiantes aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo del curso en un contexto práctico y real, fomentando su creatividad, habilidades de comunicación, trabajo en equipo y análisis de resultados. Además, les brindará la oportunidad de proponer soluciones innovadoras y creativas para promover ideas relevantes en el ámbito de la iglesia utilizando las redes sociales y las nuevas tecnologías.

Asistencia y participación en clase - Devocional: (Puntuación: 1 punto)

- Descripción: Se evaluará la asistencia, participación y actitud general de los estudiantes durante las clases y actividades presenciales y en línea, incluyendo su participación en el devocional final.

Con esta distribución detallada, todas las actividades suman un total de 20 puntos, y se ha agregado la actividad de cierre y como una oportunidad adicional para que los estudiantes obtengan puntos y cierren el curso de manera significativa. Los estudiantes tendrán claridad sobre los criterios de evaluación y la importancia de cada tarea en su calificación final.

Cronograma

	<i>Contenido Programático</i>	<i>Actividades de Aprendizaje</i>	<i>Recursos Didácticos</i>
1	<i>Semana introductoria</i> Introducción al Lenguaje y la Comunicación.	1. Fundamentos básicos de la comunicación: a. Antecedentes históricos b. Integrantes y protagonistas 2. Producción textual y tipos de textos. 3. Importancia de la comunicación para la iglesia y sus ámbitos de aplicación: a. Lectura y aplicación bíblica b. Hermenéutica	Silabo de la asignatura Presentación en PowerPoint. Libro "Memorias de mamá Blanca". Dinámicas de grupo. Análisis de casos. Uso de tecnología. Videos y documentales. Visitas a instituciones.

		c. Predicación d. Evangelización e. Relaciones Públicas e institucionales f. Desarrollo intelectual de los creyentes g. Pertinencia social de su mensaje 4. La tecnología en la comunicación. Características y desafíos. libro “Memorias de mamá Blanca”	Ejercicios de escritura. Foros de discusión en línea. Bibliografía complementaria.
2 y 3	<i>Comunicación escrita</i>	La gramática y el análisis morfosintáctico como elementos esenciales del acto comunicativo e interpretativo de cualquier mensaje.	Guías y manuales de gramática y morfosintaxis. Ejercicios y prácticas de análisis gramatical. Actividades interactivas en línea para el análisis de oraciones. Juegos de palabras y crucigramas gramaticales. Lecturas y textos para el análisis morfosintáctico. Videos explicativos sobre conceptos gramaticales. Análisis de textos literarios y periodísticos. Ejemplos de diferentes estructuras gramaticales. Evaluaciones y cuestionarios para evaluar el aprendizaje. Sesiones de tutoría individual o en grupos reducidos para resolver dudas y reforzar el aprendizaje.
4 Y 5	<i>La Comprensión lectora como habilidad fundamental del ejercicio de la comunicación</i>	1. Lectura y análisis de textos diversos. 2. Resolución de ejercicios de comprensión lectora. 3. Debates y discusiones sobre la importancia de la comprensión lectora en la comunicación. 4. Análisis de textos bíblicos y su aplicación en la comunicación cristiana. 5. Realización de resúmenes y síntesis de lecturas. 6. Práctica de técnicas de lectura rápida y comprensión de contenidos extensos. 7. Elaboración de preguntas y respuestas sobre textos leídos. 8. Ejercicios de inferencia y deducción a partir del contenido leído. 9. Comparación de diferentes interpretaciones de un mismo texto.	Pizarrón o pizarra digital Proyector o pantalla Computadoras o dispositivos móviles Material impreso Tarjetas de palabras clave Recursos audiovisuales Recursos en línea

		10. Análisis de estrategias para mejorar la comprensión lectora. 11. Identificación de ideas principales y secundarias en textos. 12. Aplicación de técnicas para la comprensión de vocabulario y términos específicos en textos técnicos o especializados.	
6	<i>Comunicación oral</i> Bases de la oratoria y los componentes de la comunicación oral	1. Realización de ejercicios de expresión oral en público. 2. Práctica de discursos y presentaciones frente a un grupo. 3. Simulación de situaciones de comunicación oral, como entrevistas o debates. 4. Desarrollo de habilidades para hablar con claridad, fluidez y entonación adecuada. 5. Práctica de la escucha activa y la empatía en la comunicación oral. 6. Ejercicios para mejorar la dicción y pronunciación. 7. Role-playing y dramatizaciones para mejorar la comunicación verbal y no verbal. 8. Análisis y retroalimentación de presentaciones orales realizadas por los estudiantes. 9. Uso de herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación oral, como grabaciones de audio o video. 10. Práctica de técnicas de comunicación oral en diferentes contextos, como reuniones de trabajo, presentaciones académicas o eventos sociales. 11. Desarrollo de habilidades para responder de manera efectiva a preguntas y objeciones en situaciones de comunicación oral. 12. Reflexión y análisis de la importancia de la comunicación oral en la vida personal y profesional.	Recursos Didácticos (Presencial y Online): 1. Proyector multimedia y pantalla para presentar materiales visuales y realizar videoconferencias en línea. 2. Grabadora de audio o software de grabación para registrar y evaluar las presentaciones orales de los estudiantes en clases virtuales. 3. Videos educativos en línea que muestren ejemplos de comunicación oral efectiva. 4. Material impreso y material digital con ejercicios de práctica para mejorar la dicción y pronunciación. 5. Tarjetas de conversación digital para las simulaciones de entrevistas o debates en plataformas virtuales. 6. Plataformas de videoconferencia y aulas virtuales para realizar clases en línea y sesiones de práctica en tiempo real. 7. Acceso a internet y computadoras para buscar información sobre técnicas de comunicación oral y acceder a recursos en línea. 8. Micrófono y audífonos para facilitar la audición y participación en clases virtuales. 9. Material didáctico digital interactivo para ejercicios de role-playing y dramatizaciones en entornos virtuales.

			10. Software de edición de audio y video para que los estudiantes puedan mejorar sus presentaciones grabadas y compartir sus trabajos en línea. 11. Libros y artículos digitales relacionados con la comunicación oral y técnicas de oratoria. 12. Herramientas de retroalimentación en línea, como rúbricas y formularios, para evaluar el desempeño de los estudiantes en las actividades de comunicación oral en clases virtuales.
7 y 8	<i>Presentaciones en PowerPoint y principios de diseño</i>	1. Creación de presentaciones sobre temas relevantes del curso. 2. Análisis y evaluación de presentaciones efectivas. 3. Uso de herramientas y funciones avanzadas de software de presentación y diseño. 4. Diseño de diapositivas visualmente atractivas. 5. Incorporación de multimedia en las presentaciones (imágenes, videos, audio). 6. Práctica de técnicas para una comunicación clara y persuasiva. 7. Adquisición de habilidades en la organización y estructuración de la información. 8. Aplicación de principios de diseño gráfico en las diapositivas.	1. Software de presentación como Microsoft PowerPoint, Google Slides, Keynote, Prezi, entre otros. 2. Acceso a una computadora o dispositivo con conexión a internet para utilizar las herramientas en línea. 3. Bibliografía y materiales de estudio sobre técnicas de presentación, diseño gráfico y comunicación oral. 4. Videos y tutoriales en línea para aprender a utilizar el software de presentación y aplicar principios de diseño. 5. Ejemplos de presentaciones efectivas y creativas para analizar y tomar como referencia. 6. Plataformas de aprendizaje en línea con recursos adicionales sobre comunicación oral y diseño de presentaciones. 7. Materiales y equipos audiovisuales para la práctica y grabación de presentaciones en un entorno simulado. 8. Retroalimentación y evaluación de las presentaciones por parte del docente y compañeros de clase.

			9. Experiencias prácticas en la creación y entrega de presentaciones en diferentes formatos y contextos. 10. Recursos de diseño gráfico, como imágenes y plantillas, para enriquecer las diapositivas y mejorar su apariencia visual.
9	<i>Innovación, creatividad y comunicación</i> La Innovación y la creatividad y su enlace con la comunicación para hacer un uso efectivo de las redes sociales.	1. Realizar investigaciones sobre casos exitosos de innovación y creatividad en el ámbito de la comunicación y su impacto en las redes sociales. 2. Realizar ejercicios prácticos de generación de ideas creativas para campañas de redes sociales. 3. Analizar y discutir ejemplos de campañas publicitarias y estrategias de comunicación innovadoras en redes sociales. 4. Realizar dinámicas de grupo y lluvia de ideas para identificar oportunidades de innovación en la comunicación en redes sociales. 5. Analizar y debatir sobre las tendencias actuales en redes sociales y cómo la innovación y creatividad pueden aprovecharlas. 6. Estudiar y discutir casos de empresas o personas que han sido innovadores en el uso de redes sociales para la comunicación. 7. Realizar ejercicios de creatividad para mejorar la interacción y participación en redes sociales. 8. Presentar propuestas de estrategias innovadoras para el uso de redes sociales en diferentes contextos (negocios, organizaciones, ministerios, etc.). 9. Analizar y comparar diferentes herramientas y recursos para potenciar la creatividad en el diseño de contenido para redes sociales.	1. Material audiovisual sobre casos exitosos de innovación en la comunicación en redes sociales. 2. Ejercicios y actividades prácticas para estimular la generación de ideas creativas. 3. Estudios de casos de campañas publicitarias innovadoras en redes sociales. 4. Dinámicas de grupo y lluvia de ideas para identificar oportunidades de innovación en redes sociales. 5. Herramientas y recursos para la creación de contenido creativo en redes sociales. 6. Artículos y estudios sobre tendencias actuales en redes sociales y su relación con la innovación y creatividad. 7. Casos de empresas o personas que han sido innovadores en el uso de redes sociales para la comunicación. 8. Ejercicios de creatividad para mejorar la interacción en redes sociales. 9. Material de lectura y análisis sobre estrategias innovadoras en redes sociales. 10. Herramientas y programas para el diseño y edición de contenido para redes sociales.
10	<i>Redes sociales y nuevas tecnologías</i> 1. Marshall McLuhan y la comunicación social. 2. Las Redes sociales - antecedentes y tipos.	1. Análisis y discusión de casos de éxito en el uso de redes sociales y nuevas tecnologías. 2. Investigación y presentación de informes sobre el impacto de las redes sociales en la sociedad.	1. Libros y artículos especializados sobre la teoría de la comunicación de Marshall McLuhan y su impacto en la sociedad.

	3. La Inteligencia Artificial - alcances y desafíos.	3. Debates y discusiones sobre temas controvertidos relacionados con el uso de redes sociales. 4. Análisis de los conceptos clave y las ideas principales presentadas por Marshall McLuhan en relación con la comunicación social. 5. Investigación y presentación de un informe sobre los antecedentes históricos del surgimiento y desarrollo de las redes sociales, así como la evolución de diferentes plataformas. 6. Debate sobre los diferentes tipos de redes sociales y cómo han impactado en la forma en que nos comunicamos y compartimos información en la actualidad. 7. Estudio de casos de éxito y fracaso en el uso de redes sociales y nuevas tecnologías por parte de empresas, organizaciones o personajes públicos. 8. Dinámicas de grupo para explorar las implicaciones éticas y sociales del uso de redes sociales y nuevas tecnologías. 9. Prácticas y ejercicios para mejorar las habilidades de comunicación en línea, incluyendo la redacción de mensajes efectivos, la interacción con seguidores o audiencias, y la resolución de conflictos en línea.	2. Documentales y videos educativos que presenten la historia y evolución de las redes sociales. 3. Infografías y gráficos que muestren datos relevantes sobre el crecimiento y uso de las redes sociales a nivel mundial. 4. Informes y estudios de investigación sobre el papel de la Inteligencia Artificial en las redes sociales. 5. Plataformas en línea que permitan la simulación y experimentación con herramientas de Inteligencia Artificial aplicadas a las redes sociales. 6. Estudios de casos y análisis de campañas exitosas en redes sociales que hayan utilizado estrategias innovadoras y creativas. 7. Material audiovisual que aborde temas éticos y sociales relacionados con las redes sociales y su impacto en la sociedad. 8. Herramientas y recursos para el diseño y creación de presentaciones multimedia efectivas. 9. Lecturas complementarias y blogs especializados que profundicen en temas específicos de redes sociales y nuevas tecnologías. 10. Plataformas de redes sociales y aplicaciones tecnológicas que permitan la práctica y experimentación con estrategias de comunicación en línea.
11	<i>Imágenes y artes gráficas</i>	1 Empleo de plataformas en línea como Canva para el diseño de posts, historias, carteles e infografías para redes sociales. 2. Uso de aplicaciones para editar imágenes, tomando en cuenta los	1. Plataforma en línea Canva para el diseño gráfico. 2. Aplicaciones de edición de imágenes como Adobe Photoshop, GIMP, o Pixlr.

		principios de la composición visual y las artes gráficas. 3. Práctica en el uso de plataformas en línea como Canva para diseñar posts, historias, carteles e infografías para redes sociales. 4. Uso de aplicaciones de edición de imágenes para mejorar fotografías y gráficos, aplicando principios de composición visual y artes gráficas. 5. Análisis y crítica de diseños gráficos presentes en medios digitales y físicos.	3. Ejemplos de diseños gráficos y composiciones visuales para análisis y referencia. 4. Libros y artículos sobre principios de diseño gráfico y composición visual. 5. Tutoriales y videos educativos sobre el uso de herramientas de diseño gráfico. 6. Ejercicios prácticos y actividades de diseño para aplicar los conceptos aprendidos. 7. Proyectos de diseño gráfico individuales y grupales. 8. Acceso a computadoras con software de diseño gráfico instalado. 9. Materiales impresos y digitales relacionados con el diseño gráfico y las artes visuales. 10. Recursos en línea para la investigación y búsqueda de inspiración en diseño gráfico.
12	<i>Producción audiovisual</i>	1. Creación de videos para reels, feeds, estados y otras publicaciones para redes sociales. 2. Uso de aplicaciones para editar videos, criterios de edición y manejo de las diferentes técnicas de pre y post producción. 3. Creación de videos para reels, feeds, estados y otras publicaciones para redes sociales. 4. Uso de aplicaciones para editar videos, criterios de edición y manejo de las diferentes técnicas de pre y post producción.	1. Material de formación sobre producción audiovisual y edición de videos. 2. Tutoriales y guías de uso de las aplicaciones de edición de videos. 3. Ejemplos de videos producidos para redes sociales. 4. Retroproyector o pantalla para mostrar ejemplos y tutoriales durante las clases. 5. Acceso a plataformas de redes sociales para compartir y publicar los videos creados por los estudiantes.
13	<i>La narrativa Transmedia como forma de abordar la promoción de ideas combinando todo lo antes visto a manera de campaña publicitaria a través de las redes sociales y su</i>	1. Creación de una historia transmedia que abarque diferentes plataformas de redes sociales. 2. Uso de videos, imágenes y textos para contar la historia en las redes sociales. 3. Integración de elementos de la historia en publicaciones de Facebook, Instagram, Twitter, etc.	1. Plataformas de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.). 2. Software de edición de videos. 3. Software de diseño gráfico. 4. Hashtags y etiquetas. 5. Herramientas de análisis de redes sociales.

	<i>implementación para la iglesia.</i>	4. Uso de hashtags y etiquetas para conectar las publicaciones relacionadas con la historia. 5. Seguimiento y análisis del impacto de la narrativa transmedia en las redes sociales. 6. Colaboración con influencers o líderes de la iglesia para promover la narrativa transmedia en sus redes sociales. 7. Uso de herramientas de programación y automatización para administrar y planificar las publicaciones en redes sociales.	6. Colaboración con influencers o líderes de la iglesia. 7. Herramientas de programación y automatización de redes sociales.
14 15 Y 16	<i>Evaluaciones de los proyectos finales.</i> Conclusiones. Revisión del impacto del curso en la vida y ministerio de cada participante	1. Reporte de la clase anterior según plantilla 2. Reporte del himno anterior según plantilla 3. Investigación en la web del himno <i>Grande es tu fidelidad</i> *Autor, fecha, lugar de creación *Motivo de la composición *Figuras de lenguaje usadas 4. Discusión del tema “Psicología de la comunicación”	Guía: <i>La comunicación</i>

Bibliografía

Bloque 1: Introducción al Lenguaje y la Comunicación

- Guardia de Viggiano, Nisla. Lenguaje y Comunicación. Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana. Vol. 25, 2009
- William, Raymond ed. Historia de la comunicación Vo. 1 y 2. Bosch Casa Editorial, S.A. Barcelona 1992

Bloque 2: Comunicación Escrita

Morfosintaxis

- Marchovecchio; Ana, Ghio, Adalberto; Cuñarro, Mariana. En torno a la morfosintaxis del español. Sociedad Argentina de Lingüística. 2012
- Altieri Fernandez, Nicolina. Manual de Morfosintaxis. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México. 1995
- Azofra Sierra, Elena. Morfosintaxis Histórica del Español: de la teoría a la práctica. Universidad Nacional a Distancia. Madrid 2009

Comprensión lectora

- Cisneros Estupiña, Mireya; Olave Arias, Giohanny; Rojas García, Ilene. La inferencia en la comprensión lectora: De la teoría a la práctica en la Educación Superior. Universidad Tecnológica de Pereira. Colombia, 2010
- Megías Morales, Purificación. La enseñanza de la Lectura y Comprensión Lectora. Editorial Adice, Granada, 2010
- Rodrigo, Victor. La Comprensión Lectora en la enseñanza del español. Routledge, New York UUEE. 2019

Bloque 3: Comunicación Oral

- Grijelmo, Álex. La Seducción de las Palabras. Grupo Santillana de Ediciones, S.A. Madrid. 2000
- Weissman, Jerry. The Power Presenter. John Willey & Son, New Yersey EEUU, 2009
- Harvard Business Review. 10 Most Read on Communication. Harvard Business Review press. Boston, Massachusetts UUEE. 2013
- Munari, Bruno. Diseño y comunicación visual: contribución a una metodología didáctica. Editorial Gustavo Gilli, España. 1973
- Gallo, Carmine. Los secretos de Steve Jobs: ideas innovadoras que cambiaron el mundo Editor digital Titivillus. 2012.
- Duarte, Nancy. Slide:ology / the Art and Science of Creating Great Presentations. O'Reilly Media, Inc. Canada. 2008

Bloque 4: Creatividad e Innovación en la comunicación

- Lamata Cotanda, Rafael. La actitud creativa: Ejercicios para trabajar en grupo la creatividad. Narcea, S.A. de ediciones, Madrid, 2012
- Catmul, Ed. Creatividad. Editor digital Leddy. 2014
- Marina, José Antonio, La creatividad Literaria. Editorial Ariel, Barcelona. 2013

Bloque 5: Tecnología y Redes Sociales

- Gómez Morales, Francisco. El Pequeño Libro de Las Redes Sociales. Paragona Realizació Editorial, S.L. Barcelona, 2010
- López García, Guillermo. El Ecosistema Digital: modelos de comunicación, nuevos medios público en internet. Servei de Publicacions de la Universitat de València. España. 2005
- Frascara, Jorge. Diseño Gráfico y Comunicación. Ediciones Infinito. Buenos Aires, Argentina. 1988-2000
- Scolari, Carlos A. Narrativa transmedia: Cuando todos los medios cuentan. Editorial Deusto. España. 2013.

Metodología para la materia.

- Melgarejo, Xavier. Gracias Finlandia: Qué podemos aprender del sistema educativo de más éxito. Plataforma Editorial. Barcelona. 2013

- Enkvist, Inger. Repensar la Educación. Ediciones Internacionales universitarias S.A. Madrid. 2006
- Enkvist, Inger. La Buena y la Mala Educación. Ediciones Encuentro. Madrid. 2011

*Para este libro, cualquier editorial es válida.