



1° SEMESTRE

Metodología de la investigación

C: 3

Metodología del diseño

C: 6

Innovación y gestión de proyectos

C: 7

Teorías de la comunicación y nuevos medios

C: 3

2° SEMESTRE

Percepción Visual

C: 3

Semiótica Discursiva

C: 3

Seminario De Investigación

C: 6

Modelos Y Técnicas Para El Diseño De Estrategias Digitales

C: 7

3° SEMESTRE

Diseño Centrado En El Usuario

C: 3

Narrativa Hipermediales

C: 3

Estancias Profesionales 1

C: 8

Interfaces Graficas De Usuario

C: 7

4° SEMESTRE

Experiencia De Usuarios Y Mercado-tecnia Digital
C: 3

Cultural, Comuni-cación Y Tecnologías Digitales
C: 3

Estancia Profesional 2

C: 8

Seminario De Tesis

C: 6

Producción e Innovación

C: 7

Diseño centrado en el usuario

C: 3

Diseño de proyectos culturales y comunicativos

C: 4

Objetivos.

Complementar la formación de profesionales con la capacidad de analizar, diseñar, proponer y ejecutar estrategias de comunicación hipermedial en medios emergentes, que les permitan organizar la información para liderar, coordinar y desarrollar proyectos de comunicación estratégica con tendencias y tecnologías innovadoras para transformar la realidad local, regional y nacional.

Créditos: 93