



DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	PRODUCCIÓN DIGITAL DE MEDIOS CORPORATIVOS				
CENTRO ACADÉMICO:	CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACION				
PROGRAMA EDUCATIVO:	COMUNICACIÓN CORPORATIVA				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	7	CLAVE DE LA MATERIA:	18
ÁREA ACADÉMICA:	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	PERIODO EN QUE SE IMPARTE	AGOSTO-DICIEMBRE		
HORAS SEMANA T/P:	T: 2 P: 3		CRÉDITOS:	7	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	AMBIENTES COMBINADOS	NATURALEZA DE LA MATERIA:	OBLIGATORIA		
ELABORADO POR:	M. en S. C. JUAN ANTONIO VERA LOPEZ				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Lenguaje y realización de productos comunicativos	FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	AGOSTO 2020		

DESCRIPCIÓN GENERAL

Asignatura teórico-práctica que aborda las técnicas y herramientas avanzadas para la producción, postproducción, gestión y divulgación de medios de comunicación internos y externos en las organizaciones, habilitando a los estudiantes para realizar proyectos comunicativos apoyados en el uso de los softwares, dispositivos y plataformas más recientes y actualizadas. Está antecedida por Fotografía y video institucionales, Diseño estratégico de identidad gráfica, Generación de contenidos y narrativas transmedia. Se vincula con Comunicación corporativa interna y externa, Taller de Imagen corporativa y con Medios Sociales y Community Management.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al término del curso, el estudiante generará productos mediáticos avanzados con el apoyo de la tecnología digital, para su implementación en las estrategias de comunicación corporativa a través de los canales internos y externos tanto tradicionales como digitales, mediante la adquisición de saberes y habilidades en el uso de software, dispositivos y plataformas más actualizados, con veracidad, responsabilidad social, curiosidad científica y apertura y adaptación al cambio.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

Comunicación Digital. Redes Sociales. Las plataformas. Software de edición. Comunicación externa.

*En caso de no aplicar algún elemento, escribir N/A



Comunicación interna. Medios digitales de comunicación: Wordpress. Blogger. Facebook. YouTube. Fotografía. Tríptico. Video. Revista. Radio.

UNIDAD TEMÁTICA I: QUÉ ES LA COMUNICACIÓN DIGITAL (10 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Identificar y comprender las particularidades de la comunicación digital.</p> <p>Comprender el fenómeno de desarrollo y evolución de los medios digitales de comunicación mediante el análisis histórico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Qué es la Comunicación Digital. • Evolución de los Medios Digitales. • Estructura de los medios digitales de comunicación. (Componentes y servicios) 	11 y 12

UNIDAD TEMÁTICA II: ¿QUE ES LA MULTIMEDIA? (10 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Al término de esta unidad el alumno será capaz de entender el concepto de multimedia, así como identificar y diferenciar los principales componentes de esta tendencia y su relación con su carrera.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos y aplicaciones de la multimedia. • El futuro de los contenidos en Internet: Multimedia y Redes Sociales. • Redes Sociales como líderes en creación de contenido multimedia. 	01 y 02

UNIDAD TEMÁTICA III: Creación de Plataformas Web (10 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>El alumno conocerá los componentes de las plataformas digitales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las plataformas digitales • Diferencia entre página web, landing page, ecommerce y plataforma. • Cómo crear una plataforma de internet • Algo de Código para internet 	09, 11 y 13

*En caso de no aplicar algún elemento, escribir N/A



	<ul style="list-style-type: none"> • Qué es un Host • Cómo transferir archivos FTP 	
--	--	--

UNIDAD TEMÁTICA IV: Imagen Corporativa e Internet (30 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>El alumno referenciará sus conocimientos y productos en la comunicación digital.</p> <p>Crearé un modelo de plataforma de acuerdo con el contenido de su empresa.</p>	<p>Diseño de la imagen corporativa de una empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • La imagen corporativa en mi plataforma • Filosofía y Valores • Productos y/o servicios que ofrece la empresa <p>Diseños</p>	14 y 15

UNIDAD TEMÁTICA V: Proyectos Multimedia en las Redes (10 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Al concluir la unidad el estudiante realizará un proyecto multimedia pensado en una empresa determinada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto en desarrollo: Aplicación de técnicas y diseño para difusión institucional y social. • Realizar productos comunicativos • Establecer una estrategia de implementación multiplataforma • Diseñar una estrategia integral de difusión • de productos y servicios con la empresa. • Realizar ejercicios sobre medios audiovisuales: <ul style="list-style-type: none"> • La fotografía • La radio. • El video. • Otros medios 	05, 06, 07, 08, 10

UNIDAD TEMÁTICA VI: TRABAJO INTEGRADOR (10 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término, el alumno será	❖ Producir para:	09, 13

*En caso de no aplicar algún elemento, escribir N/A



capaz de preparar una presentación formal que le ayude a transmitir sus ideas a través de las redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Plataforma Web ➤ Youtube ➤ Facebook ➤ Podcast ➤ Galerías ➤ Otros medios propuestos 	
---	---	--

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El curso es teórico-práctico, por lo cual se apoyará en trabajos, exposiciones y ejercicios realizados por los estudiantes; la participación de estos será fundamental para la aprobación del curso. El material teórico y los ejercicios serán aportados por el maestro.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Material en presentaciones multimedia (PowerPoint, prezi), videos, pizarrón, lecturas y casos prácticos, computadoras, tabletas y celulares. Internet. Aula virtual, Teams.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

	Participación	10%
	Trabajos, exposiciones y ejercicios	20%
	Evaluación Parcial	20%
	Proyecto Final	25%
	Evaluación Final	25%
Total		100%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS

*En caso de no aplicar algún elemento, escribir N/A



- 01.- Costa, Sánchez, Carmen, and Otero, Teresa Piñeiro. *Estrategias de comunicación multimedia*, Editorial UOC, 2014. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=3221992>.
- 02.- Morón, Alfonso, and Diego Aguilar. *Multimedia en educación*, Red Comunicar, 2006. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=3172904>.
- 03.- *Lectura, sociedad y redes: colaboración, visibilidad y recomendación en el ecosistema del libro*, Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, 2019. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=5810090>.
- 04.- Alvarez, Pablo, et al. *Vocación de radio: procesos de producción*, Editorial Brujas, 2016. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=4508750>.
- 05.- Montero, Alicia, and Cósimo Mandrillo. *La radio como herramienta para la promoción de la lectura*, Red Enlace, 2007. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=3203799>.
- 06.- Mario Kaplún. *Producción de Programas de Radio: El guión. la realización*. Editorial Quipus – CIESPAL. 1999 Quito-Ecuador
- 07.- Curso de Fotografía digital. <http://www.thewebfoto.com/Thewebfoto-Curso-de-fotografia-digital.pdf>
- 08.- PLANOS, MOVIMIENTOS DE CÁMARA Y ÁNGULOS EN LA CINEMATOGRAFÍA
<https://www.youtube.com/watch?v=R6u4CIHufKE>
- 09.- Prato, Laura Beatriz. *Aplicaciones Web 2.0: redes sociales*, Eduvim - Editorial Universitaria Villa María, 2010. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=3197897>.
- 10.- ROMO, María Cristina. INTRODUCCIÓN AL CONOCIMIENTO Y PRÁCTICA DE LA RADIO. Editorial Diana.
- 11.- Sierra Sánchez, J. (2018). En el punto de mira: investigaciones sobre comunicación en la era digital. McGraw-Hill España. <https://elibro.net/es/ereader/uaa/50344?page=1>
- 12.- Lucas Marín, A. (2012). La nueva comunicación. Editorial Trotta, S.A. <https://elibro.net/es/ereader/uaa/34391?page=8>
- 13.- Giménez Guzmán, J. M. (2012). Aplicaciones de Internet. Servicio de Publicaciones. Universidad de Alcalá. <https://elibro.net/es/ereader/uaa/42506?page=39>
- 14.- Manual de Comunicación. Elaborado por: Rommy España Salvador. Primera edición Quito – Ecuador 2017.
- 15.- Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa. Angélica Enz ; Valeria Franco ; Vanesa Spagnuolo. - 1a ed. 1a reimp. - Capital Federal: Asociación Civil Comunia, 2012.

COMPLEMENTARIAS

Qué es una propuesta editorial? <http://www.megustaescribir.com/recurso/249/sabes-que-es-la-propuesta-editorial>

Adzic, J. (1997). *Tendencias digitales para la cultura EL FUTURO DE LAS REDES SOCIALES*.

Miguel, J., & Terrón, A. (2004). *INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN*.