|  |  |
| --- | --- |
| **+** |  **DATOS DE IDENTIFICACIÓN** |

|  |  |
| --- | --- |
| **MATERIA:** | **Producción Digital y Networking** |
| **CENTRO ACADÉMICO:** | Centro de Ciencias Sociales y Humanidades |
| **DEPARTAMENTO ACADÉMICO:** | Comunicación |
| **PROGRAMA EDUCATIVO:** | Lic. Comunicación Organizacional |
| **AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:** | 2019 | **SEMESTRE:** | 10 | **CLAVE DE LA MATERIA:** |   |
| **ÁREA ACADÉMICA:** | Lenguaje y Realización de productos comunicativos | **PERIODO EN QUE SE IMPARTE:** | Enero - Junio |
| **HORAS SEMANA T/P:** | 2HT/3HP | **CRÉDITOS:** |  |
| **MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:** | Ambientes Combinados(presencial con actividades en línea) | **NATURALEZA DE LA MATERIA:** | Teórico - Práctica |
| **ELABORADO POR:** | MAV. Ernesto Vladimir Guerrero Cortés |
| **REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:**  | Lenguaje y Realización de productos comunicativos | **FECHA DE ACTUALIZACIÓN:** | Enero 2023 |

|  |
| --- |
|  **DESCRIPCIÓN GENERAL** |

Materia de naturaleza teórica-práctica, en la que el alumno diseñará mensajes comunicativos para darles salida a través de diversos medios digitales, de manera creativa e innovadora, y con el apoyo de la tecnología adecuada. A través de los contenidos y experiencias de aprendizaje de esta materia, se contribuye a los objetivos del Programa Institucional de Formación Humanista y su acreditación parcial.

|  |
| --- |
|  **OBJETIVO (S) GENERAL (ES)** |

Al finalizar el curso, el alumno desarrollará habilidades para la creación de contenido para medios digitales, mediante softwares de vanguardia que hacen posible la elaboración de mensajes multiplataforma con fines de comunicación institucional y/o corporativa con calidad, espíritu innovador, creativo así como adaptación al cambio y actualización constante.

|  |
| --- |
|  **CONTENIDOS DE APRENDIZAJE** |

|  |
| --- |
| **UNIDAD TEMÁTICA I: La fotografía y el video** |
| **Objetivos** **particulares** | **Contenidos** | **FUENTES DE CONSULTA** |
| El alumnoidentificará los principales elementos, definiciones y características de la tecnología audiovisual. | 1.1 El lenguaje audiovisual: Morfología y sintaxis1.2 La fotografía digital 1.2.1 La cámara DSLR 1.2.2 Fotografía Móvil1.3 El Video digital1.4.Tendencias e innovaciones en la Tecnología Multimedia1 5 Postproducción  | 1, 2, 3, 4, 7, 12 |

|  |
| --- |
| **UNIDAD TEMÁTICA II: Marketing digital y Redes Sociales** |
| **Objetivos** **particulares** | **Contenidos** | **FUENTES DE CONSULTA**  |
| Al término de la unidad, el estudiante contará con elementos básicos para evaluar y analizar las estrategias de comunicación en medios digitales. | 2.1. El sitio web: Diseño, estructura y usabilidad 2.2. Redes sociales digitales y community management 2.2.1 Facebook 2.2.2 Twitter 2.3.3 Instagram 2.3.4 YouTube 2.3.5 Otras2.3. Viralidad 2.4. Engagement 2.5. Customer service 2.6. Manejo de situaciones de crisis2.7. Reputación en línea2.8 Herramientas publicitarias2.9 Monitoreo, métricas, análisis de web y redes sociales. | 6, 7 |

|  |
| --- |
| **UNIDAD TEMÁTICA III: Generación de contenido para medios digitales** |
| **Objetivos** **particulares** | **Contenidos** | **FUENTES DE CONSULTA**  |
| Que el alumno conozca y practique las diferentes técnicas de generación de contenido para medios digitales y redes sociales  | 4.1 Planeación del mensaje4.2 Generación del contenido multiplataforma 4.2.1 Imagen 4.2.2 Audio 4.2.3 Video4.3 Difusión y publicación de contenido 4.3.1 Sitios web 4.3.2 Redes Sociales | 6, 4, 1, 7, 12 |

|  |
| --- |
|  **METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE** |

El curso será teórico – práctico. Las clases se trabajarán en ambientes combinados, usando el aula para las cláses prácticas y la plataforma institucional Aula Virtual para la entrega de trabajos y actividades.

Se trabajará bajo la conducción del docente y de forma independiente en la creación de diferentes productos digitales, explotanto sus características Audiovisuales

|  |
| --- |
|  **RECURSOS DIDÁCTICOS** |

Microsoft Teams, Aula Virtual, Presentaciones en Power Point, Documentos PDF, Software de edición de Audio, Software de Edición de Video, Software de edición de imagen y gráficos, Plataformas para creación de sitios web.

|  |
| --- |
| **EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES** |

Primer parcial: 30%

* Ejercicios y tareas etregados en aula virtual: 40%
* Creación y mantenimiento de producciones digitales: 60%

Segundo Parcial: 30%

* Ejercicios y tareas entregados en aula virtual: 40%
* Creación y mantenimiento de producciones digitales: 60%

Examen Final: 40%

* Ejercicios y tareas entregados en aula virtual: 40%
* Trabajo final integrador: 60%

|  |
| --- |
|  **FUENTES DE CONSULTA**  |

**BÁSICAS:**

1. Miravito, Michel. (1994). Nuevas tecnologías de la comunicación. Gedisa.
2. Rocha, Ernesto. (2008). Medíos de comunicación masiva. Arbor.
3. Sierra Sánchez, Javier (2017) Retos y Oportunidades de la Comunicación Multimedia en la era del 2.0. Editorial Fragua.
4. Vaughan, Íay. (2002). Multimedia: Manual de Referencia.
5. Salomon, D. (2014). Compresión de datos. La referencia completa. Lóndres: Springer.
6. Orihuela, José Luis, (2015). Los medios después de internet. Barcelona: UOC
7. José Martínez Abadía, Pere VIla (2004). Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenidos. Ediciones Paidós Ibérica

COMPLEMENTARIA:

1. García de Nicolas, Luis (2017) La lnteligencia Humana y su Desarrollo. Editorial Siglo XXI
2. Gutiérrez, MartÍn Alfonso. (2002). Educación multimedia y nuevas tecnologías. De la Torre.
3. Bryant, Jennrngs. (2006). Los efectos de los medios de comunicación. Paidós.
4. Marshall McLuhan . (2009\. Comprender los medios de comunicación. Grupo Planeta
5. Federico Fernández Díez, José Martínez Abadía (1994). Manual Básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Ed. Paidós