

PROGRAMA DE MATERIA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

MATERIA:	Taller de producción en medios digitales				
CENTRO ACADÉMICO:	Ciencias Sociales y Humanidades				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	Comunicación				
PROGRAMA EDUCATIVO:	Licenciatura en Mercadotecnia				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2016	SEMESTRE:	Octavo	CLAVE DE LA MATERIA:	31333
ÁREA ACADÉMICA:	Lenguajes y realización de productos comunicativos		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Agosto-diciembre	
HORAS SEMANA T/P:	HT: 1 HP: 4		CRÉDITOS:	7	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Optativa	
ELABORADO POR:	Lic. Gabriela Viridiana Castillo Morales				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Lenguajes y realización de productos comunicativos	FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Julio 2023		

DESCRIPCIÓN GENERAL

En esta asignatura teórica-práctica las y los alumnos conocerán las herramientas y fundamentos que se usan para el ejercicio en los medios de comunicación aplicados a la mercadotecnia. De igual manera diseñarán distintos productos comunicativos de forma creativa e innovadora que sean aplicables a los diversos medios digitales haciendo uso de los recursos y las tecnologías adecuadas para dar respuesta a las necesidades de la sociedad globalizada en la que vivimos hoy en día.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso las y los alumnos desarrollarán las habilidades necesarias para hacer uso adecuado de los medios de comunicación en sus carreras profesionales.

Se incentivará y estimulará la creatividad y apertura para realizar productos innovadores.

PROGRAMA DE MATERIA

UNIDAD TEMÁTICA I: COMUNICACIÓN Y LENGUAJE VISUAL (aprox. 15 horas)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que el alumnado conozca fundamentos esenciales para ejercer la comunicación correctamente.	1.1. Fundamentos de la comunicación 1.2. Comunicación social e institucional 1.3. Teoría de la imagen 1.4. Teoría del color 1.5. Planos, encuadres y composición 1.6. Fotografía creativa	16, 1, 6, 7, 9, 11, 15
UNIDAD TEMÁTICA II: ACERCAMIENTO A LAS HERRAMIENTAS DE DISEÑO GRÁFICO (aprox. 20 horas)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que las y los estudiantes identifiquen y usen las herramientas del diseño gráfico para poder elaborar distintos productos.	2.1. Canva 2.2. Photoshop 2.3. Lightroom 2.4. InDesign 2.5. Ilustrador	
UNIDAD TEMÁTICA III: PUBLICIDAD EN MEDIOS BTL Y ALT (5 horas)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El estudiantado conocerá los diferentes medios de comunicación que se aplican en la mercadotecnia.	3.1 Medios de comunicación y publicidad 3.2 Medios Above The Line (ATL) 3.3 Medios Below The Line (BTL)	2, 5

PROGRAMA DE MATERIA

UNIDAD TEMÁTICA IV: COMUNICACIÓN DIGITAL Y MULTIMEDIA (aprox. 20 horas)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumnado conocerán los antecedentes y actualidad de los medios digitales para especializarse en el uso tendencias de las redes sociales en internet.	4.1 ¿Qué es la comunicación digital? 4.2 Antecedentes de la era digital 4.3 Medios digitales e internet 4.4 Estrategias de difusión 4.5 Redes sociales y uso de las tendencias 4.5.1 Twitter 4.5.2 Facebook 4.5.3 Instagram 4.5.4 TikTok 4.6 Realización de producciones de corta duración	4, 10,
UNIDAD TEMÁTICA V: NARRATIVA TRANSMEDIA (aprox. 10 horas)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Las y los alumnos aplicarán los diversos géneros y formatos audiovisuales aprendidos a lo largo del semestre a través de la narrativa transmedia.	5.1 Concepto de transmedia 5.2 Estrategias de marketing y comunicación 5.3 ¿A quién va orientado? 5.4 Cultura participativa y colectiva	3, 8, 12, 13, 14

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA – APRENDIZAJE

Materia teórica – práctica que está diseñada para trabajarse a manera de taller. En el aula, se abordarán los temas teóricos y se reforzarán con prácticas de campo para su posterior procesamiento en la computadora, utilizando para ello el estudio y el aula de edición de fotografía. Se utilizará el aula virtual por parte de los maestros para subir el material de clase y lecturas complementarias de la misma. Los alumnos entregarán sus tareas y trabajos en dicho espacio virtual, por lo que no se aceptarán trabajos fuera de la misma.

PROGRAMA DE MATERIA

RECURSOS DIDÁCTICOS

- Aula con pantalla
- . Laboratorio de cómputo (Estudio de Edición de Video y Fotografía)
- Estudio de fotografía
- Cámaras de Video y Fotografía

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Criterio	Descripción		valor
Participación y exposiciones en clases	La participación se evaluará a través de preguntas dirigidas por parte del docente. Las exposiciones que se realicen durante el semestre deberán demostrar los conocimientos de los estudiantes a través del dominio del tema, evitando la lectura directa de las diapositivas o textos transcritos en fichas o celular. En caso de que el estudiante no demuestre el dominio del tema o lea directamente párrafos completos en las diapositivas, no se le sumará al valor de este criterio.		15%
Trabajos	Durante el semestre se entregarán trabajos a través del Aula Virtual: reportes de lecturas, análisis, prácticas de clase, investigaciones, material de exposición, avances de proyectos, etc. En cada trabajo, el docente especificará los criterios de entrega. Cuando los trabajos sean realizados por equipos, cada integrante deberá subir el trabajo a la plataforma.		25%
Exámenes (2)	Durante el semestre se realizarán dos exámenes teóricos, cada examen tendrá valor de 10 por ciento. Las fechas de aplicación se especifican a continuación:		20%
	Fechas de aplicación:		
Primer parcial:	10%	22 de septiembre de 2023	
Segundo parcial:	10%	27 de octubre de 2023	
Proyecto Integrador Final	Se entrega un proyecto que integre las habilidades desarrolladas durante las cinco unidades temáticas de este programa de materia. El docente especificará los criterios de entrega con anticipación.		40%
TOTAL			100%

PROGRAMA DE MATERIA

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

1. Acaso, M. (2011) El lenguaje Visual. España. Espasa libros (Paidós).
2. Alfocea, J. (2015) El impacto de las nuevas tecnologías en la creación, difusión y acceso de contenidos digitales: Presente y futuro del mundo de la información. Amazon Mexico Services, Inc.
3. Asociación de Internet MX. (2021) 17vo. Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet México 2021: Movilidad en el usuario de internet mexicano. México.
4. Burrows, T. Producción de video. Editorial Mc. Graw Hill.
5. Callejo, J. (2002). Globalización y digitalización de las audiencias. Política y sociedad. Vol. 39 Num 1. Madrid.
6. Cervera, E. y Díaz Lombardo.(1995) Iluminación; fotografía, cine y video. Ed. Alhambra mexicana.
7. Ensenberger, P. (2012). La composición fotográfica. Marcombo.
8. Fernández, F. (1999) Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. España. Ediciones Paidós Ibérica.
9. Gumucio-Dagron, A. (2011) Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. Signo pensamiento. vol.30 no.58 Bogotá. Revista electrónica SCIELO.
10. Martínez, J. (2004) Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenido. España. Ediciones Paidós Ibérica.
11. Mirzoeff, N. (2003) Una introducción a la cultura visual. España. Paidós
12. Rosas, L. (2020) Nuevo perfil del internauta mexicano.
13. Rosas, L. (2020) Social Media & social networking.
14. Scolari, C. (2013) Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Barcelona.
15. Thompson, J. (1998) Los Media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación. Paidós.
16. Wolf, M. (1987) *La investigación de la comunicación de masas*. México. Paidós. Referencia en Catálogo Bibliográfico UAA: Biblioteca Central /General 302.23W714i (E)