

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	Estrategias comunicativas digitales				
CENTRO ACADÉMICO:	Centro de Ciencias Sociales y Humanidades				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	Comunicación				
PROGRAMA EDUCATIVO:	Lic, Comunicación e Información				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	6	CLAVE DE LA MATERIA:	27578
ÁREA ACADÉMICA:	Lenguaje y Realización de productos comunicativos		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Enero-Junio	
HORAS SEMANA T/P:	2HT/2HP		CRÉDITOS:	7	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Obligatoria	
ELABORADO POR:	MAV. Ernesto Vladimir Guerrero Cortés y LCI. Alejandro Cerdán Magdaleno				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Lenguaje y Realización de productos comunicativos		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero 2024	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Materia de naturaleza teórica-práctica, en la que el alumnado 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. El curso integra los conocimientos adquiridos en materias como Fundamentos del lenguaje audiovisual, Teorías de la Imagen, Fundamentos de Fotografía, Producción Fotográfica, Fotografía Avanzada y Técnicas de Iluminación I, Introducción al Medio Radiofónico y Manejo de Sonido y Producción Televisiva, además es la base para la materia de Animación y Postproducción avanzada. 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, las y los alumnos desarrollarán habilidades para el diseño de aplicaciones interactivas y 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: El contexto de la tecnología multimedia (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumnado identificará los principales elementos, definiciones y características de la tecnología multimedia.	1.1 Definiciones, y características de la multimedia 1.2 Elementos, clasificación y componentes de la tecnología multimedia 1.3 La revolución digital, viejos medios y nuevos medios; una cronología de la multimedia 1 .4 Tendencias e innovaciones en la Tecnología Multimedia 1 .5 Concepto y características generales del guion multimedia	1, 2, 3, 4



UNIDAD TEMÁTICA II: Algoritmos de compresión y formatos para gráficos, audio y video (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que las y los alumnos aprendan y usen las nuevas tecnologías para la compresión de los diversos formatos digitales.	2.1. Algoritmos de compresión ¿Qué son? 2.1.1 Compresión con pérdida 2.1.2 Compresión sin pérdida 2.1.3 Su uso en medios digitales 2.2. Manejo y compresión de la imagen 2.2.1 Métodos de compresión 2.2.2 Formatos de imagen digital 2.2.3 Software 2.3. Manejo y compresión del audio 2.3.1 Métodos de compresión 2.3.2 Formatos de audio digital 2.3.3 Software 2.4 Manejo y compresión del video 2.4.1 Métodos de compresión 2.4.2 Formatos de video digital 2.4.3 Software	6, 7

UNIDAD TEMÁTICA III: Interactividad Multimedia (20 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que el estudiantado conozca y maneje los procesos de edición y producción de productos interactivos.	3.1 Herramientas y software para la creación de un proyecto multimedia interactivo 3.2 Etapas del diseño multimedia interactivo: fases y desarrollo 3.3 Proceso de producción de un producto multimedia interactivo 3.4 Formas de presentación de un producto multimedia interactivo terminado 3.5 Uso e integración de Redes Sociales en la creación de contenido multimedia Interactivo	3, 4, 6, 8

UNIDAD TEMÁTICA IV: Generación de contenido para medios digitales (20 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que las y los estudiantes conozcan y practiquen las diferentes técnicas de generación de contenido para medios digitales y redes sociales.	4.1 Planeación del mensaje 4.2 Generación del contenido multiplataforma 4.2.1 Imagen 4.2.2 Audio 4.2.3 Video 4.3 Difusión y publicación de contenido 4.3.1 Sitios web 4.3.2 Redes Sociales	6, 4,1

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El curso será teórico – práctico. Las clases se tomarán en presencial y se utilizará 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, explotando sus características multimedia e interactivas.



RECURSOS DIDÁCTICOS

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, Plataforma Eko Studio.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

PRIMER PARCIAL	25%
- Examen parcial	5 %
- Ejercicios y tareas entregados en aula virtual	15%
- Exposiciones y participaciones	5 %
SEGUNDO PARCIAL	25%
- Examen parcial	5 %
- Ejercicios y tareas entregados en aula virtual	15%
- Exposiciones y participaciones	5 %
TERCER PARCIAL	25%
- Ejercicios y tareas entregados en aula virtual	10%
- Avances del proyecto final	10%
- Exposiciones y participaciones	5 %
TRABAJO FINAL INTEGRADOR	25%
- Trabajo final integrador	25%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

1. Miravito, Michel. (1994). Nuevas tecnologías de la comunicación. Gedisa.
2. Rocha, Ernesto. (2008). Medios 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

COMPLEMENTARIAS:

8. García de Nicolas, Luis (2017) La Inteligencia Humana y su Desarrollo. Editorial Siglo XXI
9. Gutiérrez, Martín Alfonso. (2002). Educación multimedia y nuevas tecnologías. De la Torre.
10. Bryant, Jennrngs. (2006). Los efectos de los medios de comunicación. Paidós.
11. Marshall McLuhan . (2009). Comprender los medios de comunicación. Grupo Planeta
12. Federico Fernández Díez, José Martínez Abadía (1994). Manual Básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Ed. Paidós
13. Callejo, Javier (1988). Globalización y digitalización de las audiencias. Sociología del consumo.
14. Luzardo, Alejandra; De Jesús, Dyanis; Pérez, Michelle. Economía naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe (2017). Banco Interamericano de Desarrollo.
15. What is Digital Communication? [https://govos.com/blog/what-is-digital-communication/#:~:text=Digital%20communication%20is%20the%20use,can%20be%20considered%20digital%20communication. \(2023\) GOVos Team](https://govos.com/blog/what-is-digital-communication/#:~:text=Digital%20communication%20is%20the%20use,can%20be%20considered%20digital%20communication.)