

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	Seminario de Integración				
CENTRO ACADÉMICO:	Ciencias Sociales y Humanidades				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	Comunicación				
PROGRAMA EDUCATIVO:	Licenciado en Comunicación e Información				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	8°	CLAVE DE LA MATERIA:	27589
ÁREA ACADÉMICA:	Lenguaje y Realización de productos comunicativos		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Enero-Junio	
HORAS SEMANA T/P:	HP: 8		CRÉDITOS:	8	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Disciplinar / obligatoria	
ELABORADO POR:	Mtra. Mayra Cortez Acosta				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Lenguaje y Realización de productos comunicativos		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero 2024	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Materia teórico-práctica en la que el alumno vinculará los conocimientos sobre teorías, metodologías, estrategias comunicativas y técnicas de realización, para ser capaz de presentar un proyecto integral de comunicación referido a una problemática inserta en la realidad.

Esta materia contribuye al desarrollo de habilidades de realización, implementación y evaluación de proyectos de comunicación tanto en los ámbitos públicos, comunitarios y ciudadanos como en la iniciativa privada, a la vez que incentiva la creación de propuestas innovadoras de productos comunicativos.

El curso se desarrollará bajo el formato de seminario en el que se incentivará el aprendizaje activo y la presentación de proyectos; a su vez los profesores coordinadores de la materia brindarán asesorías según la naturaleza de los proyectos presentados por los estudiantes. Los alumnos podrán contar con asesoría externa de algún otro profesor que domine el tema o área que se desee desarrollar a lo largo del semestre.

Esta materia integra lo aprendido en todas las materias anteriores (tanto de conocimientos básicos como aquellas con contenido profesionalizante) y a través de ella se liberarán 120 horas del Programa Institucional de Prácticas Profesionales.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, las y los estudiantes desarrollarán una propuesta formal de comunicación basada en el análisis y diagnóstico situacional, que integre varias prácticas y productos comunicativos y con énfasis en uno de los ámbitos de su desempeño profesional, con la finalidad de atender a los objetivos de los usuarios o públicos, todo esto con una actitud proactiva, espíritu innovador y creativo, calidad y responsabilidad social.



CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

El taller se basará en la orientación particular de los trabajos elegidos por los estudiantes, por lo tanto los contenidos serán especificados por cada asesor, de acuerdo al tema que proponga el alumno. Se ofrecerá sobre todo apoyo metodológico para la realización de los distintos tipos de trabajo y recomendaciones para el mejoramiento de sus contenidos.

El proyecto que se presentará deberá ser de ámbito comunicativo, inserto en uno de los ámbitos específicos de la comunicación que se enfatizaron durante su formación: periodismo, comunicación institucional o realización y de acuerdo a una problemática inserta en la realidad.

Se tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

1. Fundamentos para un proyecto integral de comunicación:
 - a. Investigación
 - b. Intervención
 - c. Realización de productos comunicativos

Para el caso de la colaboración en investigaciones de comunicación, el reporte final deberá contener lo siguiente:

- Portada
- Índice
- Introducción
- Elaboración del diseño del proyecto integral
 - Protocolo de investigación
 - Diagnóstico
 - Planteamiento del problema
 - Justificación
 - Objetivos
 - Fundamentación teórica
 - Metodología
 - Desarrollo del proyecto integral en comunicación
 - Implementación
 - Análisis y presentación de resultados
 - Evaluación del proyecto integral
 - Conclusiones
- Referencias
- *Exposición final



En propuestas de intervención de comunicación, el documento final deberá contemplar los siguientes apartados:

- Portada
- Índice
- Presentación
- Elaboración del diseño del proyecto integral:
 - Protocolo de investigación
 - Diagnóstico para la intervención
 - Justificación de la propuesta
 - Objetivos de la propuesta
 - Planeación y preproducción de productos comunicativos (en caso de que aplique)
 - Fundamentación teórico-metodológica
 - Desarrollo del proyecto integral en comunicación
 - Implementación
 - Evaluación del proyecto integral
- Referencias
- *Exposición final

Los productos comunicativos (periodismo, radio, fotografía, audiovisual, televisión), también deberán contemplar lo siguiente en un documento teórico:

- Portada
- Índice
- Introducción
- Elaboración del diseño de los productos
 - Protocolo de investigación
 - Diagnóstico
 - Justificación de la propuesta
 - Objetivos de la propuesta
 - Fundamentación teórico-metodológica
 - Planeación y preproducción de productos comunicativos
 - Implementación
 - Evaluación de los productos
- Conclusiones
- Referencias
- *Exposición final



El trabajo se entregará por escrito (el documento que presenta y justifica el proyecto) y/o por cualquier otro medio pertinente cuando su naturaleza lo requiera (CD, DVD, USB, etc.). Los lineamientos de formato y estilo se acordarán con el asesor.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA – APRENDIZAJE

El curso se desarrollará de manera presencial a través de asesorías y seminarios de presentación de proyectos; los alumnos podrán contar con asesoría externa de algún otro profesor que domine el tema o área que se desee desarrollar a lo largo del semestre (esta asesoría debe ser manifestada en un correo electrónico por parte del alumno con alguna evidencia de que el profesor acepta asesorarlo).

En caso de que el tema de interés del estudiante no sea cubierto por alguno de los profesores del departamento, el alumno podrá conseguir un asesor externo, teniendo en cuenta que no será posible que la Universidad otorgue honorarios por esta actividad; además, si el profesor externo acepta, deberá comprometerse por escrito a ofrecer la asesoría respectiva.

Al inicio del semestre, en la primera semana de clases, el estudiante deberá exponer y entregar un anteproyecto que especifique el tipo de trabajo, tema o título tentativo, objetivos, índice o capitulado posible, bibliografía básica y cronograma de actividades.

El profesor y el alumnado acordarán el horario de asesorías y su periodicidad. La inasistencia no justificada a cada asesoría programada se considerará equiparable a cuatro faltas.

Los avances de los trabajos serán presentados en sesiones presenciales ante todo el grupo durante el semestre, dos intermedias y una final para recibir retroalimentación de sus compañeros. El hecho de no participar en estas sesiones o de exponer el trabajo correspondiente significará la pérdida de la calificación respectiva.

- Primer avance (participación en seminario y entrega escrita del proyecto):
19 al 23 de febrero (Primer parcial)
- Segundo avance (participación en seminario y entrega escrita del proyecto):
8-12 de abril (Segundo parcial)
- Presentaciones finales a donde deberán invitar a su cliente, tutores y colaboradores: 10-22 de junio.

Los trabajos podrán ser realizados de manera individual, parejas o triadas, con autorización expresa del tutor, luego de evaluar la profundidad y alcances de la propuesta.

En el caso de propuestas de intervención en empresas u organizaciones, se requerirá un documento de autorización (en papel membretado) que especifique el nombre y cargo de la persona responsable del seguimiento del alumno para corroborar posteriormente el desempeño de este último y la utilidad de sus aportaciones.

Por ser un trabajo integrador donde se involucran todos los saberes del LCI, un porcentaje de la calificación será proporcional a los resultados obtenidos en el EGEL.



RECURSOS DIDÁCTICOS

De acuerdo al tipo de proyecto elegido y al tema, el asesor sugerirá al alumno los recursos didácticos para la presentación del trabajo recepcional.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La entrega de avances del proyecto en tiempo y forma, de acuerdo a lo solicitado por el asesor, será un aspecto importante que deberá atender el alumno. Asimismo, será obligatoria la presentación de su trabajo a lo largo del semestre en sesiones grupales; también será obligatoria su asistencia a los tres seminarios de avances.

El asesor es el responsable principal de la calificación del alumno, sin embargo podrá apoyarse de otros profesores para valorar la calidad y pertinencia de los trabajos, así como en responsables de las empresas (si es el caso) o en especialistas externos del área de conocimiento que se trate, con el fin de asentar la calificación final.

Conforme a lo anterior, los criterios de evaluación son los siguientes:

• Exposición y entrega de anteproyecto	5%
• Primer parcial: Exposición y entrega (Primer seminario)	8%
• Participación en el primer seminario de avances	2%
• Segundo Parcial: Exposición y entrega (Segundo seminario)	8%
• Participación en el segundo seminario de avances	2%
• Presentación final	15%
• Participación en el seminario final	5%
• Entrega de documento teórico en digital o impreso	10%
• Entrega de productos comunicativos (en memoria o digitalmente)	10%
• Presentación de avances en asesorías quincenales	20%
• Resultados del EGEL Comunica	15%

Como ya se mencionó, para la evaluación se tomará en cuenta la puntualidad a exposiciones propias y de los compañeros, así como los lineamientos del trabajo expuestos en el apartado “Contenidos de Aprendizaje”.

NOTA: Para poder acreditar la asignatura es necesario cubrir un 80% de las asesorías y entregar en tiempo y forma los trabajos que se les pidan. Esta materia no podrá ser presentada en extraordinario y en caso de no acreditarse deberá ser cursada. En caso de que el alumno no presente el primer y segundo parcial no tendrá derecho a presentar el trabajo final.

FUENTES DE CONSULTA

De acuerdo al tipo de proyecto elegido y al tema, el asesor sugerirá al alumno la bibliografía básica y complementaria para la elaboración del trabajo recepcional.