

## PROGRAMA DE MATERIA

### DATOS DE IDENTIFICACIÓN

### CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

<b>HTMATERIA:</b>	<b>Taller de producción en medios digitales</b>				
<b>CENTRO ACADÉMICO:</b>	Ciencias Sociales y Humanidades				
<b>DEPARTAMENTO ACADÉMICO:</b>	Comunicación				
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b>	Licenciatura en Mercadotecnia				
<b>AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:</b>	2016	<b>SEMESTRE:</b>	Octavo	<b>CLAVE DE LA MATERIA:</b>	31333
<b>ÁREA ACADÉMICA:</b>	Lenguajes y realización de productos comunicativos		<b>PERIODO EN QUE SE IMPARTE:</b>	enero-junio	
<b>HORAS SEMANA T/P:</b>	HT: 1 HP: 4		<b>CRÉDITOS:</b>	7	
<b>MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:</b>	Presencial		<b>NATURALEZA DE LA MATERIA:</b>	Optativa	
<b>ELABORADO POR:</b>	Lic. Gabriela Viridiana Castillo Morales				
<b>REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:</b>	Lenguajes y realización de productos comunicativos		<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	enero 2024	

### 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

<b>UNIDAD TEMÁTICA I: COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA</b> (aprox. 10 horas)		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
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. Comunicación en mercadotecnia 1.4 Medios de comunicación y publicidad 1.5 Publicidad en medios BTL y ATL	13, 16, 19, 23, 24, 28, 29

<b>UNIDAD TEMÁTICA II: LENGUAJE VISUAL Y FOTOGRAFÍA CREATIVA</b> (aprox. 20 horas)		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
Que las y los estudiantes identifiquen y apliquen las características del lenguaje visual y la técnica fotográfica.	2.1. Teoría de la imagen 2.2. Teoría del color 2.3. Planos, encuadres y composición 2.4. Fotografía creativa	1, 9, 12, 14, 15,18, 20

<b>UNIDAD TEMÁTICA III: ACERCAMIENTO A LAS HERRAMIENTAS DE DISEÑO GRÁFICO</b> (aprox. 20 horas)		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
Que las y los estudiantes identifiquen y usen las herramientas del diseño gráfico para elaborar productos digitales.	3.1. Canva 3.2. Photoshop 3.3. InDesign 3.4. Ilustrador	2, 3, 4, 5

## PROGRAMA DE MATERIA

UNIDAD TEMÁTICA IV: ACERCAMIENTO A LAS HERRAMIENTAS DE DISEÑO AUDIOVISUAL (aprox. 20 horas)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que las y los estudiantes identifiquen y usen las herramientas y aplicaciones del diseño audiovisual para la elaboración de productos comunicativos digitales.	4.1 Audition 4.2 Final Cut 4.3 Aplicaciones para la edición de audio y video	7, 10

UNIDAD TEMÁTICA V: COMUNICACIÓN DIGITAL Y MULTIMEDIA (aprox. 20 horas)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumnado conocerá los antecedentes y actualidad de los medios digitales para especializarse en el uso de las tendencias de las redes sociales en internet.	5.1 ¿Qué es la comunicación digital? 5.2 Antecedentes de la era digital 5.3 Medios digitales e internet 5.4 Estrategias de difusión 5.5 Redes sociales y uso de las tendencias 5.5.1 Twitter 5.5.2 Facebook 5.5.3 Instagram 5.5.4 TikTok 5.6 Realización de producciones de corta duración 5.6.1 Realización de producciones para su aplicación en redes sociales	6, 8, 11, 17, 21, 22, 25, 26, 27

### 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

## PROGRAMA DE MATERIA

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.

### 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%	19 de febrero de 2024	
Segundo parcial:	10%	12 de abril de 2024	
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%
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>

## PROGRAMA DE MATERIA

### FUENTES DE CONSULTA

#### BÁSICAS:

1. Acaso, M. (2011) El lenguaje Visual. España. Espasa libros (Paidós).
2. Adobe Audition [https://helpx.adobe.com/es/pdf/audition\\_reference.pdf](https://helpx.adobe.com/es/pdf/audition_reference.pdf)
3. Adobe Ilustrador [https://helpx.adobe.com/es/pdf/illustrator\\_reference.pdf](https://helpx.adobe.com/es/pdf/illustrator_reference.pdf)
4. Adobe InDesign [https://helpx.adobe.com/es/pdf/indesign\\_reference.pdf](https://helpx.adobe.com/es/pdf/indesign_reference.pdf)
5. Adobe Photoshop [https://helpx.adobe.com/es/pdf/photoshop\\_reference.pdf](https://helpx.adobe.com/es/pdf/photoshop_reference.pdf)
6. 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.
7. Apple. Final Cut Pro user guide for mac. [https://help.apple.com/pdf/final-cut-pro/en\\_US/final-cut-pro-user-guide.pdf](https://help.apple.com/pdf/final-cut-pro/en_US/final-cut-pro-user-guide.pdf)
8. 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.
9. Burgueño, J. M. (2014). Comunicación institucional para periodistas: manual práctico de comunicación y relaciones públicas. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/uaa/titulos/57749> (pp. 26-34).
10. Burrows, T. (2003) Producción de video. Editorial Mc. Graw Hill.
11. Callejo, J. (2002). Globalización y digitalización de las audiencias. Política y sociedad. Vol. 39 Num 1. Madrid.
12. Cervera, E. y Díaz Lombardo.(1995) Iluminación; fotografía, cine y video. Ed. Alhambra mexicana.
13. De Gasperin, R. (2005) Comunicación y relaciones humanas. Xalapa, México: Universidad Veracruzana, págs. 95-135.
14. Ensenberger, P. (2012). La composición fotográfica. Marcombo.
15. Fernández, F. (1999) Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. España. Ediciones Paidós Ibérica.

## PROGRAMA DE MATERIA

16. Gumucio-Dagron, A. (2011) Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. Signo pensamiento. vol.30 no.58 Bogotá. Revista electrónica SCIELO.
17. Martínez, J. (2004) Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenido. España. Ediciones Paidós Ibérica.
18. Mirzoeff, N. (2003) Una introducción a la cultura visual. España. Paidós
19. Moliné, M. (2014) Malicia para vender con marca: la comunicación activa. Ed: Barcelona: Editorial UOC. <https://elibro.net/es/ereader/uaa/113733?page=127>
20. Pastor, J. (2022) Mira y fotografía. Barcelona, España. Editorial GG <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/08/publicidad-atl-btl.html>
21. Rosas, L. (2020) Nuevo perfil del internauta mexicano.
22. Rosas, L. (2020) Social Media & social networking.
23. Salas, E. (2018) La línea en la publicidad. Una revisión sobre la división del ATL y BTL. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/08/publicidad-atl-btl.html>
24. Sanz y Simón, L. & y Simón, L. S. (2013). Comunicación social y accesibilidad. Dykinson. <https://elibro.net/es/lc/uaa/titulos/57123> (pp. 17-18)
25. Scolari, C. (2013) Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Barcelona.
26. Scott, D. (2020) The new rules of marketing & PR : how to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly / David Meerman Scott. Base de datos: Catálogo Bibliográfico UAA: 658.872 S4256n
27. Thompson, J. (1998) Los Media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación. Paidós.
28. Verderber, K. y Verderber R. (2017) Comunícate. 14ª Edición. México: Cengage Learning.
29. Wolf, M. (1987) *La investigación de la comunicación de masas*. México. Paidós. Referencia en Catálogo Bibliográfico UAA: Biblioteca Central /General 302.23W714i (E)