

PROGRAMA DE MATERIA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	PRODUCCIÓN DIGITAL DE MEDIOS CORPORATIVOS				
CENTRO ACADÉMICO:	CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	COMUNICACIÓN CORPORATIVA				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	TERCERO	CLAVE DE LA MATERIA:	27877
ÁREA ACADÉMICA:	Lenguaje y realización de productos comunicativos		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	AGOSTO-DICIEMBRE	
HORAS SEMANA T/P:	T:2 y P:3		CRÉDITOS:	7	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	PRESENCIAL		NATURALEZA DE LA MATERIA:	OBLIGATORIA	
ELABORADO POR:	M. en S. C. JUAN ANTONIO VERA LOPEZ / LIC. LUIS ARTURO ROSAS MALACARA / LCI ALEJANDRO CERDÁN MAGDALENO				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Lenguaje y realización de productos comunicativos		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	JULIO 2024	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Asignatura teórico-práctica que aborda las técnicas y herramientas avanzadas para la producción, postproducción, gestión y divulgación de medios de comunicación internos y externos en las organizaciones, habilitando a las y los estudiantes para realizar proyectos comunicativos apoyados en el uso de los softwares, dispositivos y plataformas más recientes y actualizadas. Está antecedida por Fotografía y video institucionales, Diseño estratégico de identidad gráfica, Generación de contenidos y narrativas transmedia. Se vincula con Comunicación corporativa interna y externa, Taller de Imagen corporativa y con Medios Sociales y Community Management.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al término del curso, las y los estudiantes generarán productos mediáticos avanzados con el apoyo de la tecnología digital, para su implementación en las estrategias de comunicación corporativa a través de los canales internos y externos tanto tradicionales como digitales, mediante la adquisición de saberes y habilidades en el uso de software, dispositivos y plataformas más actualizados, con veracidad, responsabilidad social, curiosidad científica y apertura y adaptación al cambio.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

Comunicación Digital. Redes Sociales. Las plataformas. Software de edición. Comunicación externa.
Comunicación interna. Medios digitales de comunicación: Wordpress. Blogger. Facebook. YouTube. Fotografía.
Tríptico. Video. Revista. Radio.

UNIDAD TEMÁTICA I: QUÉ ES LA COMUNICACIÓN DIGITAL (10 horas aprox.)

PROGRAMA DE MATERIA

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Identificar y comprender las particularidades de la comunicación digital.</p> <p>Comprender el fenómeno de desarrollo y evolución de los medios digitales de comunicación mediante el análisis histórico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Qué es la Comunicación Digital. • Evolución de los Medios Digitales. • Estructura de los medios digitales de comunicación (Componentes y servicios). • Adición de la Inteligencia artificial a la comunicación digital. 	11 y 12

UNIDAD TEMÁTICA II: ¿QUÉ ES LA MULTIMEDIA? (10 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Al término de esta unidad el alumnado será capaz de entender el concepto de multimedia, así como identificar y diferenciar los principales componentes de esta tendencia y su relación con su carrera.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos y aplicaciones de la multimedia. • Narrativa transmedia • El futuro de los contenidos en Internet: Multimedia y Redes Sociales. • La realidad aumentada para contenidos multimedia. • Redes Sociales como líderes en creación de contenido multimedia. 	01 y 02

UNIDAD TEMÁTICA III: CREACIÓN DE PLATAFORMAS WEB (10 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Las y los alumnos conocerán los componentes de las plataformas digitales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las plataformas digitales • Diferencia entre página web, landing page, ecommerce y plataforma. • Cómo crear una plataforma de internet (Wordpress, Blogger y Substack) 	9, 11 y 13

UNIDAD TEMÁTICA IV: IMAGEN CORPORATIVA E INTERNET (20 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>El estudiantado referenciará sus conocimientos y productos en la comunicación digital.</p> <p>Crearé un modelo de plataforma de acuerdo con el contenido de su empresa.</p>	<p>Diseño de la imagen corporativa de una</p> <ul style="list-style-type: none"> • empresa • La imagen corporativa en mi plataforma • Filosofía y Valores • Productos y y/o servicios que ofrece la empresa <p>Diseños en aplicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canva y Photoshop 	14 y 15

PROGRAMA DE MATERIA

UNIDAD TEMÁTICA V: PROYECTOS MULTIMEDIA EN LAS REDES (20 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al concluir las y los estudiantes realizarán un proyecto multimedia pensado en una empresa determinada.	<p>Proyecto en desarrollo: Aplicación de técnicas y diseño para difusión institucional y social.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar productos comunicativos • Establecer una estrategia de implementación multiplataforma • Diseñar una estrategia integral de difusión de productos y servicios con la empresa. <p>Realizar ejercicios sobre medios audiovisuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La fotografía • La radio. • El video. • Otros medios 	05, 06, 07, 08 y 10

UNIDAD TEMÁTICA VI: TRABAJO INTEGRADOR (10 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término el alumnado será capaz de preparar una presentación formal que le ayude a transmitir sus ideas a través de las redes sociales.	<p>Las y los alumnos elaborarán un proyecto que integre todo lo aprendido en las unidades pasadas para poder establecer una presentación con presencia en:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plataforma Web ➤ Youtube ➤ Facebook ➤ Podcast ➤ Galerías ➤ Otros medios propuestos 	05, 06, 07, 08 y 10

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El curso es teórico-práctico, por lo cual se apoyará en trabajos, exposiciones y ejercicios realizados por las y los estudiantes; la participación de estos será fundamental para la aprobación del curso. El material teórico y los ejercicios serán aportados por el maestro.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Material en presentaciones multimedia (PowerPoint, prezi), videos, pizarrón, lecturas y casos prácticos, computadoras, tabletas y celulares. Internet. Aula virtual, Teams.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

PROGRAMA DE MATERIA

PRIMER PARCIAL	25%
Examen Parcial 1	10%
Tareas y trabajos en clases	10%
Exposiciones y participaciones	5%
SEGUNDO PARCIAL	25%
Examen Parcial 2	10%
Tareas y trabajos en clases	10%
Exposiciones y participaciones	5%
TERCER PARCIAL	25%
Avances del proyecto final	10%
Tareas y trabajos en clases	10%
Exposiciones y participaciones	5%
PROYECTO INTEGRADOR (FINAL)	25%
TOTAL:	100%

NOTAS: Para que las y los alumnos a derecho a calificación final, deberá haber presentado en tiempo y forma todas las evaluaciones. Además se evaluará la ortografía.

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

01.- Costa, Sánchez, Carmen, and Otero, Teresa Piñeiro. Estrategias de comunicación multimedia, Editorial UOC, 2014. ProQuestEbook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=3221992>.

02.- Morón, Alfonso, and Diego Aguilar. Multimedia en educación, Red Comunicar, 2006. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=3172904>.

03.- Lectura, sociedad y redes: colaboración, visibilidad y recomendación en el ecosistema del libro, Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, 2019. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=5810090>.

04.- Alvarez, Pablo, et al. Vocación de radio: procesos de producción, Editorial Brujas, 2016. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=4508750>.

05.- Montero, Alicia, and Cósimo Mandrillo. La radio como herramienta para la promoción de la lectura, Red Enlace, 2007. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=3203799>.

06.- Mario Kaplún. Producción de Programas de Radio: El guión. la realización. Editorial Quipus – CIESPAL. 1999 Quito-Ecuador

07.- Curso de Fotografía digital. <http://www.thewebfoto.com/Thewebfoto-Curso-de-fotografia-digital.pdf>

08.- PLANOS, MOVIMIENTOS DE CÁMARA Y ÁNGULOS EN LA CINEMATOGRAFÍA <https://www.youtube.com/watch?v=R6u4CIHufKE>

PROGRAMA DE MATERIA

- 09.- Prato, Laura Beatriz. Aplicaciones Web 2.0: redes sociales, Eduvim - Editorial Universitaria Villa María, 2010. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientessp/detail.action?docID=3197897>.
- 10.- ROMO, María Cristina. INTRODUCCIÓN AL CONOCIMIENTO Y PRÁCTICA DE LA RADIO. Editorial Diana.
- 11.- Sierra Sánchez, J. (2018). En el punto de mira: investigaciones sobre comunicación en la era digital. McGraw-Hill España. <https://elibro.net/es/ereader/uaa/50344?page=1>
- 12.- Lucas Marín, A. (2012). La nueva comunicación. Editorial Trotta, S.A. <https://elibro.net/es/ereader/uaa/34391?page=8>
- 13.- Giménez Guzmán, J. M. (2012). Aplicaciones de Internet. Servicio de Publicaciones. Universidad de Alcalá. <https://elibro.net/es/ereader/uaa/42506?page=39>
- 14.- Manual de Comunicación. Elaborado por: Rommy España Salvador. Primera edición Quito – Ecuador 2017.
- 15.- Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa. Angélica Enz ; Valeria Franco ; Vanesa Spagnuolo. - 1a ed. 1a reimp. - Capital Federal: Asociación Civil Comunia, 2012.

COMPLEMENTARIAS:

- 1- ¿Qué es una propuesta editorial? <http://www.megustaescribir.com/recurso/249/sabes-que-es-la-propuesta-editorial>
Adzic, J. (1997). Tendencias digitales para la cultura EL FUTURO DE LAS REDES SOCIALES. Miguel, J., & Terrón, A. (2004). INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN
- 2- 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