

Séptimo Cuatrimestre

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: **ÉTICA PARA LA COMUNICACIÓN**

(2) CICLO: SÉPTIMO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA:
LCC0731

(4) OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

AL TÉRMINO DEL CURSO, EL ALUMNO ENTENDERÁ LA COMPLEJIDAD Y LA TRASCENDENCIA DE LOS VALORES EN LA TOMA DE DECISIONES DEL ACTO COMUNICATIVO.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. ÉTICA

1.1 ÉTICA O MORAL

1.2 EPISTEMOLOGÍA Y GENEALOGÍA DE LA ÉTICA

- 1.2.1 LA SOCIEDAD, LA REPÚBLICA Y PLATÓN
- 1.2.2 LA OTREDAD Y EL ANÁLISIS DE TZVETAN TODOROV
- 1.2.3 EL EXISTENCIALISMO EN CAMUS Y SARTRE
- 1.2.4 ÉTICA Y PODER EN FOUCAULT
- 1.2.5 ÉTICA PARA AMADOR: FERNANDO SAVATER
- 1.2.6 ÉTICA Y COMPLEJIDAD: EDGAR MORIN

2. LOS VALORES Y LA DIVERSIDAD DE VALORACIONES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

2.1 LA COMPLEJIDAD DE LOS VALORES PARA EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN

- 2.1.1 LIBERTAD DE EXPRESIÓN VS. TERGIVERSACIÓN
- 2.1.2 VERDAD VERSUS LEALTAD
- 2.1.3 INDIVIDUALISMO VERSUS COMUNIDAD
- 2.1.4 DIARISMO VERSUS PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN
- 2.1.5 JUSTICIA VERSUS APASIONAMIENTO
- 2.1.6 SOLIDARIDAD VERSUS COMPROMISO
- 2.1.7 ENTENDIMIENTO VERSUS TOLERANCIA
- 2.1.8 RESPONSABILIDAD HUMANA VERSUS PARCIALIDAD IDEOLÓGICA
- 2.1.9 COSTO DEL TRABAJO, COSTO DE LA INFORMACIÓN, COSTO DEL SILENCIO

2.2 LAS ADJETIVACIONES Y LA DISCRIMINACIÓN SOCIAL DESDE LOS MEDIOS

2.3 ESTEREOTIPOS VS. CONDICIÓN HUMANA

2.4 CONCIENCIA: ENTRE LA PERTENENCIA SOCIAL Y LA PERTENENCIA CORPORATIVA

- 2.4.1 CORPORATIVISMO MEDIÁTICO
- 2.4.2 MEDIOS INDEPENDIENTES (RADIO COMUNITARIAS, TV EDUCATIVA, TV COMUNITARIA, PERIODISMO SOCIAL, PERIODISMO CIUDADANO, PERIODISMO DIGITAL, REVISTAS DIGITALES)

2.5 LOS PROBLEMAS ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN

- 2.5.1 PLAGIO
- 2.5.2 EL RUMOR
- 2.5.3 MANEJO DE LAS FUENTES
- 2.5.4 MANIPULACIÓN (INFORMAR, FORMAR Y DEFORMAR)
- 2.5.5 AMARILLISMO
- 2.5.6 MANEJO DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA

3. CÓMO DEFINIR UN PROBLEMA ÉTICO
 - 3.1 QUÉ Y CUÁLES VALORES ESTÁN EN CONFLICTO DENTRO DE LOS DATOS
 - 3.2 CUÁLES VALORES ESTÁN SIENDO CONFRONTADOS PARA EL COMUNICADOR
 - 3.3 CÓMO ENFRENTAR Y MEDIAR LOS VALORES Y LOS INTERESES DE UN GRUPO U OTRO
 - 3.4 ESTRATEGIAS PARA ENFRENTAR SITUACIONES DE DESASTRES, CRISIS Y VIOLENCIA

4. EL MANEJO DE LA ÉTICA EN ALGUNAS EXPERIENCIAS MEDIÁTICAS
 - 4.1 AMARC
 - 4.2 AGENCIAS DE NOTICIAS (EFE, PERIODISTA DE A PIE, INTERPRESS SERVICE)
 - 4.3 AGENCIAS PUBLICITARIAS SOCIALMENTE RESPONSABLES
 - 4.4 OUTSORCING DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA NORTEAMERICANA
 - 4.5 INFORMACIÓN DIGITAL Y EL PODCAST

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:**

- ELABORACIÓN DE CUADRO COMPARATIVO SOBRE LA NOCIÓN DE ÉTICA DESDE LA PERSPECTIVA DE DIVERSOS AUTORES
- PARTICIPACIÓN DEL ALUMNO EN DISCUSIONES PLENARIAS
- INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL
- EXPOSICIONES POR PARTE DE LOS ALUMNOS
- REDACCIÓN DE DIVERSOS ESCRITOS A PARTIR DEL ESTUDIO DE CASOS SOBRE EL MANEJO DE LA ÉTICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

INDEPENDIENTES

- INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA
- ENSAYO
- SÍNTESIS DE TEXTOS

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN**DOS EVALUACIONES PARCIALES 60% DISTRIBUIDA COMO SIGUE:**

PARTICIPACIÓN EN DISCUSIONES PLENARIAS	30%
EXPOSICIÓN DE CLASE	15%
EXAMEN ESCRITO	15%

UNA EVALUACIÓN FINAL 40% DISTRIBUIDA COMO SIGUE:

PARTICIPACIÓN EN DISCUSIONES PLENARIAS	10%
REPORTE ESCRITO A PARTIR DE ANÁLISIS DE CASO SOBRE EL MANEJO DE LA ÉTICA EN UN MEDIO DE COMUNICACIÓN LOCAL	10%
ENSAYO SOBRE PROBLEMAS ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN	20%

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: **TALLER DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL I**

(2) CICLO: SÉPTIMO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA:
LCC0732

(4) OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

AL TÉRMINO DEL CURSO, EL ALUMNO IDENTIFICARÁ Y DESCRIBIRÁ EL LENGUAJE AUDIOVISUAL, ASÍ COMO SUS USOS Y FUNCIONES; ADQUIRIRÁ LAS HABILIDADES PARA EL MANEJO TÉCNICO Y OPERATIVO DEL EQUIPO AUDIOVISUAL ASÍ COMO LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. REALIZACIÓN
 - 1.1 IDEA , TEMA , PUNTO DE VISTA Y ARGUMENTO
 - 1.2 ESTRATEGIAS DE ABORDAJE
 - 1.3 EL PLANO COMO UNIDAD MÍNIMA DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL
 - 1.4 ACCIÓN
 - 1.5 CONTINUIDAD
 - 1.6 TIEMPO , ESPACIO Y MOVIMIENTO
 - 1.7 LA CÁMARA COMO RECURSO NARRATIVO
 - 1.8 MOVIMIENTOS CINEMATOGRAFICOS Y PROPUESTAS AUDIOVISUALES
2. NIVELES DE REPRESENTACION FÍLMICA
 - 2.1 PUESTA EN ESCENA, PUESTA EN CUADRO Y PUESTA EN SERIE
 - 2.2 LA TEMPORALIZACIÓN DE LAS IMÁGENES , ORDEN, DURACIÓN Y FRECUENCIA
 - 2.3 ORDEN (CIRCULAR, LINEAL, CÍCLICO, ANACRÓNICO)
 - 2.4 DURACIÓN (NORMAL, PLANO SECUENCIA, ESCENA, DURACIÓN ANORMAL, ELIPSIS, PAUSA, EXTENSIÓN)
 - 2.5 FRECUENCIA (SIMPLE, MÚLTIPLE Y REPETITIVA)
 - 2.6 EL PERSONAJE Y LA CÁMARA
 - 2.7 TEORIA DE EJES Y DE DIRECCIÓN
 - 2.8 EL COEFICIENTE ZAPRUDER
 - 2.9 AFÍLMICO, FÍLMICO Y PROFÍLMICO
3. RECURSOS AUDIOVISUALES PARA LA NARRACIÓN
 - 3.1 MOVIMIENTOS Y ANGULOS DE CÁMARA COMO RECURSOS NARRATIVOS
 - 3.2 PLANO SECUENCIA
4. DOCUMENTAL
 - 4.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL DOCUMENTAL
 - 4.2 SUBGÉNEROS DEL DOCUMENTAL
 - 4.3 LA INVESTIGACIÓN
 - 4.4 PERSONAJE Y HECHO HISTÓRICO
 - 4.5 ESTRATEGIAS DE ABORDAJE DEL DOCUMENTAL
 - 4.6 NARRATIVA Y GUIÓN DOCUMENTAL
 - 4.7 RELIZACIÓN DOCUMENTAL
 - 4.8 ENTREVISTA PARA DOCUMENTAL

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

5. FORMATOS DE PROGRAMAS PARA TELEVISIÓN

5.1 NOTICIARIO

5.2 REPORTAJE

5.3 MESA REDONDA

5.4 TELENOVELA

5.5 PROGRAMA DE CONCURSOS

5.6 MUSICALES

5.7 HUMORÍSTICO

5.8 PROGRAMAS DIDÁCTICOS

5.9 SPOT COMERCIALES

5.10 COMBINACIONES DE FORMATOS

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:**

- PRÁCTICAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN SUS DIFERENTES FORMATOS
- PRÁCTICAS DE MANEJO TÉCNICO Y OPERATIVO DE EQUIPO AUDIOVISUAL
- EXPOSICIONES POR PARTE DEL ALUMNO
- EJERCICIOS SOBRE NIVELES DE REPRESENTACIÓN FÍLMICA
- ELABORACIÓN DE PRODUCCIONES EN DIFERENTES GÉNEROS
- PRÁCTICAS DE GRABACIÓN
- EJERCICIOS DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DOCUMENTALES
- EJERCICIOS DE ANÁLISIS DE PELÍCULAS, SERIES, TELENOVELA

INDEPENDIENTES:

- REPORTES ESCRITOS A PARTIR DE ANÁLISIS DE PRODUCCIONES AUDIOVISUALES
- CONSULTA BIBLIOGRÁFICA
- ELABORACIÓN DE GUIONES PARA PROYECTOS AUDIOVISUALES

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES, CON UNA PRODUCCIÓN CORRESPONDIENTE A CADA PARCIAL, UTILIZANDO LOS ELEMENTOS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL, 30% CADA UNO

UNA EVALUACIÓN FINAL 30%, CONSISTENTE EN PROYECTO AUDIOVISUAL PARA DOCUMENTAL

EVALUACIÓN CONTINUA 10% CONSISTENTE EN PRÁCTICAS DE MANEJO TÉCNICO Y OPERATIVO DE EQUIPO AUDIOVISUAL

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: **GUIONISMO AUDIOVISUAL**

(2) CICLO: SÉPTIMO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA:
LCC0733

(4) OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

AL TÉRMINO DEL CURSO EL ALUMNO APLICARÁ LA ESTRUCTURA TEÓRICA Y TÉCNICA DEL GUIÓN DENTRO DE UN PROYECTO AUDIO-VISUAL.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. EL GUIÓN Y LA LITERATURA

- 1.1 RELACIONES ENTRE AMBOS GÉNEROS
- 1.2 CONSTRUCCIÓN DE PERSONAJES
- 1.3 LA ESPECIFICIDAD DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL

2. QUÉ ES UN GUIÓN AUDIOVISUAL

- 2.1 DEFINICIÓN
- 2.2 SU IMPORTANCIA EN LOS MEDIOS.
- 2.3 FUNCIÓN DEL GUIÓN.
- 2.4 CLASIFICACIONES Y TIPOLOGÍAS DE DIVERSOS GUIONES

3. EL GUIÓN DOCUMENTAL

- 3.1 COMPONENTES Y ESTRUCTURA
- 3.2 LA NARRATIVA REALISTA
- 3.3 CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD

4. EL GUIÓN DE TELEVISIÓN

- 4.1 ANÁLISIS
- 4.2 INDUCCIÓN Y DEDUCCIÓN
- 4.3 INTERPRETACIÓN

5. EL GUIÓN DE CINE

- 5.1 CORTOMETRAJES
- 5.2 MEDIOMETRAJES
- 5.3 LARGOMETRAJES

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- CUADRO COMPARATIVO DE LOS DIVERSOS TIPOS DE GUIONES
- ESCRITURA DE DIVERSOS TIPOS DE GUIONES
- LECTURA DE REPORTAJES CON ESTILO LITERARIO
- PARTICIPACIÓN DEL ALUMNO EN PLENARIAS DE DISCUSIÓN SOBRE GUIONES AUDIOVISUALES

INDEPENDIENTES:

- REDACCIÓN DE GUIONES
- ELABORACIÓN DE ENSAYOS

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

PARTICIPACIÓN EN PLENARIAS DE DISCUSIÓN 20%

REPORTES ESCRITOS A PARTIR DE ANÁLISIS DE GUIONES DE CINE 20%

ESCRITURA DE UN GUIÓN PARA TELEVISIÓN 30%

ESCRITURA DE UN GUIÓN PARA DOCUMENTAL 30%

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: RELACIONES PÚBLICAS

(2) CICLO: SÉPTIMO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA:
LCC0734

(4) OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

AL TÉRMINO DEL CURSO, EL ALUMNO IDENTIFICARÁ LOS ELEMENTOS QUE FORMAN PARTE DE LAS RELACIONES PÚBLICAS, SU IMPORTANCIA Y APLICACIÓN PRÁCTICA EN EL CONTEXTO ACTUAL DE LAS ORGANIZACIONES.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. ANTECEDENTES

- 1.1 DESARROLLO HISTÓRICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS
- 1.2 DEFINICIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS
- 1.3 EL ESTUDIO DE LA DISCIPLINA.
- 1.4 EL EJERCICIO PROFESIONAL
- 1.5 IMPORTANCIA DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES
- 1.6 LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA PUBLICIDAD
- 1.7 LA OPINIÓN PÚBLICA

2. LAS SENSACIONES, LA PERCEPCIÓN, Y LA IMAGEN

- 2.1 LOS SENTIDOS
- 2.2 EL PROCESO PERCEPTIVO
- 2.3 LA IMAGEN
- 2.4 DEFINICIÓN
- 2.5 TIPOS DE IMAGEN
- 2.6 LA REPUTACIÓN

3. LOS PÚBLICOS

- 3.1 LA RESPONSABILIDAD PÚBLICA
- 3.2 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
- 3.3 VÍNCULOS ENTRE LA ORGANIZACIÓN Y LOS PÚBLICOS
- 3.4 TIPOS DE PÚBLICO
- 3.5 MAPEO DE PÚBLICOS
- 3.6 LA TEORÍA SITUACIONAL
- 3.7 LAS CARESTÍAS DE LOS DIFERENTES PÚBLICOS

4. PRINCIPALES INSTRUMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

- 4.1 ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ESPECIALES
- 4.2 EL CABILDEO
- 4.3 RELACIÓN CON LOS PÚBLICOS INTERNOS
- 4.4 PATROCINIO Y MECENAZGO
- 4.5 RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES
- 4.6 SONDEOS DE IMAGEN
- 4.7 GABINETE DE CRISIS

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

- 5. RELACIÓN CON LOS MEDIOS
 - 5.1 COMUNICADOS DE PRENSA
 - 5.2 CONVOCATORIAS
 - 5.3 EL DOSSIER
 - 5.4 KITS DE PRENSA
 - 5.5 MONITOREO DE MEDIOS
 - 5.6 REDES SOCIALES

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:**

- PARTICIPACIÓN EN DISCUSIONES PLENARIAS
- ESTUDIO DE CASOS DE PROGRAMAS DE RELACIONES PÚBLICAS
- SOLUCIÓN DE CASOS PRÁCTICOS
- EJERCICIOS DE IDENTIFICACIÓN DE LOS TIPOS DE PÚBLICO
- ELABORACIÓN DE PROGRAMAS DE RELACIONES PÚBLICAS

INDEPENDIENTES:

- INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL SOBRE RELACIONES PÚBLICAS Y SUS VÍNCULOS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
- ELABORACIÓN DE MAPAS CONCEPTUALES
- SÍNTESIS DE TEXTOS

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES 20% CADA UNO

PRIMER PARCIAL: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL PANORAMA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA LOCALIDAD

SEGUNDO PARCIAL: CASO PRÁCTICO PARA DETERMINAR SUS PÚBLICOS DE UNA ORGANIZACIÓN

UN EXAMEN FINAL 10%: CONSISTENTE EN CASO PRÁCTICO SOBRE EL VÍNCULO ENTRE EL ÁREA DE RELACIONES PÚBLICAS Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL MANEJO DE INFORMACIÓN

EVALUACIÓN CONTINUA 50%. DISTRIBUIDAS COMO SIGUE:

ESTUDIO DE CASOS 20%

UN PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS 30%