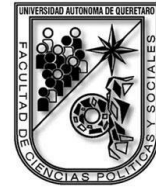




**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**



**CONTENIDOS MÍNIMOS**

**ÁREA BÁSICA PRIMER SEMESTRE**

**ASIGNATURA: TEORÍA SOCIAL CLÁSICA**

**EJE: Teórico-Methodológico**

**Objetivo general:** Conocer las propuestas fundamentales de la teoría social clásica. Adquirir una visión científica de la conformación de la sociedad. Conocer y distinguir las categorías analíticas propuestas por los autores clásicos (su significado profundo) de la Teoría

**Contenidos mínimos:**

- Qué se entiende por teoría, modelos y conceptos
- Cómo se construyeron las Ciencias Sociales
- Las ciencias sociales hoy
- Breve repaso de la teoría sociológica
- La teoría sociológica clásica
- Teóricos clásicos de las Ciencias Sociales: Durkheim, Marx y Weber

**Bibliografía básica:**

Carvajal Villaplana, Álvaro, "Teorías y Modelos: Formas de Representación de la Realidad", en Comunicación, año/vol, 12, Núm. 1, Instituto Tecnológico de Costa Rica (14 p.)

Durkheim, Émile. La división del trabajo. Varias ediciones.

---. El suicidio. Varias ediciones.

---. Las reglas del método sociológico. Varias ediciones.

Giddens Anthony. 1993. *Émile Durkheim, Escritos Selectos. Introducción y selección de Anthony Giddens*. Buenos Aires: Nueva Visión.

- . 1984. *El capitalismo y la teoría social moderna*. Barcelona: Edit. Labor.
- Paoli, Bolio Francisco J. 1990. *Historia, método y sociedad en Emile Durkheim*. México: Trillas.
- Giménez, Gilberto. 2003. "El debate sobre la perspectiva de las Ciencias Sociales en los umbrales del nuevo milenio". *Revista Mexicana de Sociología*, 65(2): 363-400.
- Harnecker, Marta. 2005. *Los conceptos elementales del materialismo histórico*. México: Siglo XXI.
- Marx, Karl. 1980 [1859]. *Contribución a la crítica de la Economía Política*. México: Siglo XXI
- . 1967 [1852] *XVIII Brumario de Luis Bonaparte*. Barcelona: Ariel
- Lukes, Steven. 1984. *Emile Durkheim. Su vida y su obra*. México: Siglo XXI
- Ritzer, George. 2002. *Teoría sociológica clásica*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana
- Wallerstein, Immanuel. 2007. *Abrir las Ciencias Sociales*. México: Siglo XXI
- Weber, Max. 1992. "Para una sociología de la prensa". En *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* 57:251-259
- . 2014. *Economía y Sociedad (edición revisada y anotada por Francisco Gil Villegas)*. México: FCE
- . 2011. *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. México: FCE

## ASIGNATURA: EPISTEMOLOGÍA

### EJE: Teórico-Methodológico

**Objetivo general:** Diferenciar el conocimiento científico de otros tipos de conocimiento y reconocer los métodos principales que guían la investigación científica

#### Contenidos mínimos:

- Introducción al mundo de la Ciencia
- ¿Qué es lo que hace a la ciencia diferente de los demás conocimientos?
- Las revoluciones científicas
- Los paradigmas: su construcción, destrucción y orientaciones ideológicas
- El conocimiento científico como hecho social
- Popper y la falsación de teorías
- Hipótesis y deducción
- El método científico, lógica y racionalidad
- Las bases epistemológicas de las técnicas cuantitativas y cualitativas
- La comparación y el método de la ciencia
- Lógica, racionalidad y vida cotidiana

#### Bibliografía básica:

Díaz, José Luis. 1997. *El ábaco, la lira y la rosa. Las regiones del conocimiento*. México: FCE. pp. 11-132, 243-268

Durkheim, Emil. 1987. *El suicidio*. México: Premia

Giddens, Anthony. 1997. *Las nuevas reglas del método sociológico*. Buenos Aires: Ed. Amorrortu. pp. 159-166

González de Alba, Luis. 1989. *La ciencia, la calle y otras mentiras*. México: Cal y Arena. pp. 11-68

Harris, Marvin. 1990. *Bueno para comer*. Ed. Alianza, Madrid. pp. 9-16; 55-110

Kuhn, Thomas S. 1971. *La estructura de las revoluciones científicas*. México: FCE.

Luengo, Enrique. s/f. *La metodología de Max Weber*.

Morley, David. 1996. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Panebianco, Angelo. 1994. "Comparación y explicación". En *La comparación en ciencias sociales* de Giovanni Sartori y Leonardo Morlino, 81-104. Madrid: Alianza, Madrid.

Pooper, Karl. 1962. *La lógica de la investigación científica*. México: Ed. Tecnos. pp. 27-54.

---. 1978. *La lógica de las ciencias sociales*. México: Ed. Grijalbo. pp. 9-27

Sagan, Carl. 1997. *El mundo y sus demonios*. México: Ed. Planeta. cc. 1, 2, 12, 14, 17 y 18

Sánchez Vázquez, Adolfo. 1983 [1976]. "La ideología de la "neutralidad ideológica" en las ciencias sociales". En *Introducción a la Epistemología* de Ana María Rivadeo, 129-142. México: UNAM- Enep Acatlán.

Sartori, Giovanni. 2003. *Ingeniería Constitucional. Una investigación de estructuras, incentivos y resultados*. México: FCE. pp 39 – 65.

---. 1994. "Comparación y método comparativo". En *La comparación en las Ciencias Sociales* de Giovanni Sartori y Leonardo Morlino, 29-49. Madrid: Alianza.

## ASIGNATURA: MATEMÁTICAS PARA LAS CIENCIAS SOCIALES

### EJE: Disciplinas Auxiliares

**Objetivo general:** Que el alumno maneje herramientas matemáticas básicas para el estudio de las Ciencias Sociales.

#### **Contenidos mínimos:**

- Cálculo de porcentajes, promedios, tasas de variación y tasas múltiples de 10.
- Números índice
- Teoría de Conjuntos
- Probabilidad y reglas básicas (diagramas de árbol y de Venn)
- Funciones y sus gráficas

#### **Bibliografía básica:**

Blanco Moreno, Francisca. 2004. *Introducción a las matemáticas para las ciencias sociales*. Madrid: CIS

Budnick, Frank S. 1990. *Matemáticas Aplicadas para Administración, Economía y Ciencias Sociales*. México: Mc Graw Hill.

Haeussler, Ernest F. y Richard S. Paul. 2008. *Matemáticas para Administración y Economía*. México: Editorial Prentice Hall.

Ferrater Mora, José y Hugues Leblanc. 1955. *Lógica matemática*. México: FCE

## ASIGNATURA: SISTEMA MUNDO

### EJE: Contextual

**Objetivo general:** El estudiante conocerá y analizará la situación geopolítica después de las dos grandes guerras, la crisis capitalista y sus consecuencias económicas y políticas, así como la situación del mundo en el contexto del neoliberalismo y la globalización

#### Contenidos mínimos:

- Guerras, revolución socialista y crisis (1914 a 1945)
- La conformación del mundo bipolar (Plan Marshall y la Guerra Fría)
- Descolonización y tercer mundo
- Crisis del estado de bienestar y fin del socialismo real
- La globalización capitalista y la formación de los nuevos bloques comerciales
- Grandes problemas del mundo actual y su repercusión en la vida cotidiana

#### Bibliografía básica:

- Benz, Wolfgang y Hermann Graml (comp.). 1982. *El Siglo XX. Problemas mundiales entre los dos bloques de poder* México: Siglo XXI
- Berryman, Phillip. S.f. *Teología de la Liberación. Los hechos esenciales en torno al movimiento revolucionario en América Latina* (documento en internet).
- Brom, Juan. 1992. *¿Por qué desapareció la Unión Soviética? De la Rus de Kiev al final de la perestroika*. México: Grijalbo.
- Chomsky, Noam. 1996. *El nuevo orden mundial (y el viejo)*. Barcelona: Crítica.
- . 1995. *La sociedad global. Educación, Mercado y Democracia*. México: Joaquín Mortiz
- Delgado Cantú, Gloria. 2000. *El mundo moderno y contemporáneo II. El siglo XX*. México: Addison Wesley Longman de México
- Hobsbawm, Eric. 2005. *Historia del siglo XX. 1914-1991*. Barcelona: Crítica.
- . 1999. "Primer mundo y tercer mundo después de la Guerra Fría". *Revista de la CEPAL*, 67.
- Kelley, Robert. 1985. *El modelo cultural en la política norteamericana*. México: FCE.
- Petras, James. 1997. *Neoliberalismo en América Latina. La izquierda devuelve el golpe*. Argentina: Homo Sapiens.

Semo, Enrique. 1991. *Crónica de un derrumbe. Las revoluciones inconclusas del Este*. México: Proceso/Editorial Grijalbo.

Skidmore Thomas y Peter Smith. 1996. *Historia Contemporánea de América Latina*. Barcelona: Crítica.

Taibo Arias, Carlos. 1996. *Los jerarcas soviéticos: de Lenin a Gorbachov*. Madrid: Arco Libros.

Wallerstein, Inmanuel. 2005. *La crisis estructural del capitalismo*. México: Contrahistorias

---. 2005. *Análisis de sistemas-mundo. Una introducción*. México: Siglo XXI.

Wolf, Eric. 2005 [1982]. *Europa y la gente sin historia*. México: FCE.

**ASIGNATURA: REDACCIÓN FORMAL DE TEXTOS ACADÉMICOS**  
**EJE: INSTRUMENTAL**

**Objetivo general:** El estudiante identificará los principales elementos de la composición escrita y desarrollará sus habilidades en la producción de diferentes tipos de textos académicos. Identificar la estructura, así como las características de los diferentes tipos de texto. Desarrollar habilidades que le permitan expresarse claramente por medio de la escritura. Aplicar diferentes estrategias en la redacción acordes con los diferentes tipos de texto.

**Contenidos mínimos:**

- La redacción y la gramática: Reglas de puntuación, acentuación y ortografía. Oración simple, compleja y compuesta. Características del párrafo.
- Cualidades de la redacción: la claridad, la sencillez y la precisión.
- Vicios de la redacción: barbarismos, solecismos, cacofonías, anfibologías y pobreza de vocabulario.
- Funciones de la escritura: expresiva, informativo-referencial, informativo-argumentativa.
- Fases en la realización de un escrito: La preescritura, la construcción del texto y su revisión.
- Descripción, narración, exposición y argumentación.
- Sistemas de referencia.

**Bibliografía básica:**

Bengvenú, María Adelaida, María Laura Galaburri, Rosana Pasquale y María Ignacia Dorrnzoro. s. f. *La lectura y la escritura como prácticas académicas universitarias*. Recuperado el 31 de julio de 2012 en <http://www.unlu.edu.ar/redcom/borrador.htm>

Carlino, Paula. 2005. *Escribir, leer y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica*. México: FCE.

Cassany i Comas, Daniel. 2010. *Describir el escribir. Cómo se aprende a escribir*. Madrid: Paidós Comunicación.

Desinano, Norma y Fernando Avendaño. 2008. *Didáctica de las Ciencias del lenguaje: Enseñar Ciencias del Lenguaje*. Mendoza, Argentina: Homo Sapiens Ediciones.

Gracida Juárez, Ysabel, Austraberta Galindo Hernández y Guadalupe Teodora Martínez Montes (Coord.). 2014. *La argumentación. Acto de persuasión, convencimiento y demostración*. México, D. F.: Edere



*Guía breve para la preparación de un trabajo de investigación según el Manual de Estilo de Publicaciones de la American Psychological Association (A.P.A.) (s. f.).* Recuperado el 31 de julio de 2012 en: [www.aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/mod/resource/view.php?](http://www.aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/mod/resource/view.php?)

Maqueo, Ana María. 2008. *Ortografía*. México: Limusa.

---. 2008. *Redacción*. México: Limusa.

Mateos Muñoz, Agustín. 2009. *Ejercicios Ortográficos*. México: Esfinge.

Serafini, María Teresa. 2007. *Cómo se escribe*. México: Paidós mexicana.

---. 2007. *Cómo redactar un tema. Didáctica de la escritura*. México: Paidós mexicana.

Valdés, Guadalupe, Trisha Dvorak y Thomasina Hannum. 2008. *Composición. Proceso y síntesis*. New York: McGraw-Hill.

**ASIGNATURA: PANORAMA DE LOS MEDIOS EN MÉXICO**  
**MATERIA DISCIPLINAR 1**

**Objetivo General:** Hacer un repaso social e histórico del desarrollo de los medios de comunicación en el país y sus entretijos con el ámbito político, así como en el plano educativo.

**Contenidos Mínimos:**

Unidad I. De las gacetillas a los medios electrónicos.

Unidad II. De los medios electrónicos a los medios digitales

Unidad III. La comunicación en el proceso sociopolítico contemporáneo en México

Unidad IV. Comunicación, campo y objeto de estudio

**Bibliografía Básica**

Aceves González, Francisco (2002) "Mediatización del espacio público y cultura política" en Maldonado (Coord): *Horizontes comunicativos en México*. Estudios críticos. México: AMIC

Fuentes, Raúl, (2007) "La investigación sobre comunicación y democracia en México: Algunas reflexiones en busca de las Claves", en Vega, Montiel, Repoll (coords.) *Las claves necesarias de una comunicación para la democracia*, AMIC – UJAT

\_\_\_\_\_ (2011). *Qué pasa con el estudio de los medios. Diálogo con las Ciencias Sociales en Iberoamérica*. España: Comunicación Social

Sánchez de Armas, Miguel Ángel (coord.) (1998) *Apuntes para una historia de la televisión mexicana* (vols. I y II) Fundación Manuel Buendía

Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen y Luis Reed Torres (1998) *El periodismo en México, 500 años de historia México*, Edamex.

Sánchez Ruiz Enrique E. (2004) *Comunicación y Democracia*, México: IFE

Fuentes, Raúl. (2001) *Comunicación, Campo y Objeto de Estudio. Perspectivas Reflexivas Latinoamericanas*. ITESO, UDG, UAA, UCOL

**ASIGNATURA: LENGUA EXTRANJERA (INGLÉS) I**  
**EJE: UNIVERSITARIO**

**Objetivo general:** • Comprender y utilizar expresiones cotidianas de uso muy frecuente así como frases sencillas destinadas a satisfacer necesidades de tipo inmediato en inglés. Presentarse a sí mismo y a otros, pedir y dar información personal básica sobre su domicilio, sus pertenencias y las personas que conoce en inglés.. Relacionarse de forma elemental siempre que su interlocutor hable despacio y con claridad y esté dispuesto a cooperar en inglés.

**Contenidos mínimos:**

- Se desarrollarán las cuatro habilidades lingüísticas, el vocabulario y la gramática alrededor de estos temas, de acuerdo al nivel de competencia correspondiente.

* amigos "electrónicos"	* casas	* actividades de temporada	* historias
* gente famosa alrededor del mundo	* interiores	* ropa	* el mundo del mañana
* familias	* tiendas y lugares	* gente famosa	* planes personales
* campamentos	* signos del zodiaco	* estilos de vida en el pasado	* planes futuros
* familias que hospedan a visitantes extranjeros	* menús	* hábitos y actividades en el pasado	* viajar
* rutinas diarias	* instrucciones de cocina	* animales extintos	* experiencias personales
* empleos	* el clima y como nos hace sentir	* animales famosos	* cambios personales

**Bibliografía básica:**

El método que sea seleccionado.

## AREA BÁSICA SEGUNDO SEMESTRE

### ASIGNATURA: TEORÍA SOCIAL CONTEMPORÁNEA

#### EJE: Teórico-Methodológico

**Objetivo general:** Conocer los orígenes, fundamentos y funciones de las principales teorías sociales hoy vigentes en la Sociología, la Ciencia Política y la Comunicación de masas

#### Contenidos mínimos:

- La escuela de Frankfurt y la teoría de la hegemonía
  - a. La perspectiva cultural del marxismo
  - b. La industria cultural como instrumento de enajenación capitalista.
  - c. La acción política de los intelectuales orgánicos para contrarrestar la hegemonía.
  - d. Los estudios culturales para conocer la elaboración de la hegemonía.
- El estructural funcionalismo
  - a. La teoría del sistema social de Parsons y la reformulación de Merton.
  - b. Las teorías funcionalistas de la política y la comunicación.
  - c. El sistema político de Easton.
  - d. El análisis funcional.
- La fenomenología
  - a. La propuesta de Husserl y Shutz para un análisis comprensivo.
  - b. La intersubjetividad como categoría central.
  - c. La interpretación de textos y de fenómenos sociales.
  - d. El método de interpretación en la Ciencia política y la Comunicación de masas.

#### Bibliografía básica:

Aaron, Raymond. 1996. *Las etapas del pensamiento sociológico*. Argentina: Ediciones Fausto.

Alexander, Jeffrey. 2000. *Las Teóricas sociológicas desde la segunda guerra mundial*. Barcelona: Gedisa.

Beltrán, Miguel. 2011. 'Funcionalismo, estructuralismo y teoría de sistemas'. En *Teoría sociológica moderna* de Salvador Giner (coord.). Madrid: Ariel.

Giddens, Anthony. 1984. *El capitalismo y la teoría social moderna*. Barcelona: Labor, pp. 127-393.

Honneth, Axel. 1998. 'Teoría Crítica'. *La teoría social hoy* de Anthony Giddens y Jonathan Turner, 445-480. Madrid. Alianza.

## ASIGNATURA: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

### EJE: Teórico-Methodológico

**Objetivo general:** Analizar los fundamentos científicos sobre la forma en la que se ha construido la ciencia y los elementos que la integran

#### **Contenidos mínimos:**

##### 1.- Fundamentos de la investigación social

- La ciencia y el método científico.
- La heterogeneidad del método: diversos tipos de ciencias.
- Los principales paradigmas de la investigación educativa: positivismo, fenomenología, dialéctica, escuela crítica,
- Las diferencias al interior de la investigación educativa: cualitativo / cuantitativo.

##### 2.- Elementos de un proyecto de investigación

- La importancia de la pregunta de investigación:
- Distinción entre objetivos generales y específicos.
- La relevancia de la justificación de una investigación
- La fundamentación de un punto de vista teórico: revisión bibliográfica y La redacción del marco teórico
- Diferencias entre Marco Teórico y Estado del Arte
- ¿Qué es una hipótesis? Formulación de hipótesis.
- La definición de las variables e indicadores

##### 3.- El diseño metodológico

- ¿Qué es método? ¿Qué es metodología?
- Partes constituyentes del marco metodológico
- Tipos de investigación (exploratoria, descriptiva, histórico- comparativo, correlacional, explicativa).
- Selección del diseño de investigación (experimental, cuasi experimental, pre experimental o no experimental).
- Técnicas de producción o recuperación de información. Técnicas cuantitativas/ técnicas cualitativas.
- La elaboración de los instrumentos de recolección de datos
- La planificación logística de una investigación: el establecimiento de un cronograma

#### **Bibliografía básica:**

Aibar, Julio, coord. 2013. *El helicoide de la investigación: metodología en tesis de ciencias sociales*. México: FLACSO.

Bunge, Mario. 1978. *La Ciencia, su método y su filosofía*. Buenos Aires: S. XXI

Chalmers, Alan. 1996. *¿Qué es esa cosa que se llama ciencia?* México: Siglo XXI

Eco, Umberto. 2003. *Cómo se hace una Tesis: Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Madrid: Gedisa

Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio. 2003. *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill

Tarrés, María Luisa (Cood.). 2001. *Observar, Escuchar y Comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: FLACSO

## ASIGNATURA: PENSAMIENTO ECONÓMICO

### EJE: Disciplinas Auxiliares

**Objetivo general:** Proporcionar a los estudiantes una visión clara del pensamiento económico clásico con el fin de comprender los principios de la microeconomía y la macroeconomía que les permita comparar y examinar las circunstancias contemporáneas así como desarrollar un pensamiento crítico.

#### Contenidos mínimos:

- El capitalismo comercial y su teoría.
- El desarrollo del capitalismo industrial.
- Los fisiócratas
- Adam Smith. La riqueza de las naciones
- David Ricardo. La teoría del valor trabajo
- Karl Marx. La teoría de la plusvalía
- El keynesianismo
- Escuelas contemporáneas

#### Bibliografía básica:

Keynes, John Maynard y Paul Krugman. 2007. *The general theory of employment, interest, and money*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan for the Royal Economic Society.

Krugman, Paul, Maurice Obstfeld y Marc J Meltiz. 2014. *International economics: Theory & policy*. Boston: Pearson.

Marx, Karl. 2004. *El capital: Crítica de la economía política*. 8th edn. México: FCE

Piketty, Thomas. 2014. *Capital in the twenty-first century*. Cambridge: Harvard University Press.

Ricardo, David. 2014. *On the principles of political economy and taxation*. London: Dover Publications.

Roll, Eric. 1975. *Historia de las Doctrinas Económicas*. México: FCE

Smith, Adam. 1998. *La Riqueza de Las Naciones*. México: Perfil



## ASIGNATURA: FORMACIÓN SOCIAL MEXICANA

### EJE: Contextual

**Objetivo general:** Determinar las características de la construcción de la formación social mexicana y de su articulación con el mundo globalizado partiendo del proceso de destrucción del Estado Porfirista hasta la apertura democrática y económica de la sociedad mexicana.

#### **Contenidos mínimos:**

- Conformación de un nuevo proyecto de Estado.
- Cambios sociales y derechos alcanzados con la Constitución de 1917. Movimientos campesinos y la lucha por la tierra.
- El papel del estado en la economía y efectos de la crisis del 29.
- La lucha de los caudillos.
- El estado y la lucha sindical.
- La iglesia frente al movimiento cristero.
- El maximato y la génesis del México institucional.
- El proyecto cardenistas: Cooperativismo y el partido oficial.
- El proyecto nacionalista: educación socialista, el desarrollo industrial, la reforma agraria y el petróleo.
- El desarrollo estabilizador y el milagro mexicano: el crecimiento hacia adentro y sustitución de importaciones.
- Impacto del proceso industrializador y migración campo-ciudad.
- La estabilidad política y económica.
- Revolución cultural del 68 y el autoritarismo oficial
- México actual: Fin del estado de bienestar. Crisis y reestructuración económica. Industrialización y desequilibrio urbano. La crisis del agro. Apertura democrática y sus obstáculos. La irrupción de los pueblos indígenas. Transformaciones recientes de la sociedad mexicana

#### **Bibliografía básica:**

Camarena, Mario et al. 1991. *Comunidad, cultura y vida social. Ensayos sobre la formación de la clase obrera*. México: INAH.

Cockcroft, James. 1971. *Precursores culturales de la revolución mexicana*. México: Siglo XXI

Delgado de Cantú, Gloria. 2004. *Nueva Historia mínima de México*. México: COLMEX

Ayala, José, Pablo González Casanova y Enrique Florescano (Coords). 1979. *México, hoy*. México: Siglo XXI.

Heber, Stephen H. 1992. *Industria y subdesarrollo. La industria en México, 1890-1940*. México: México.

Hewitt de Alcántara, Cynthia. 2007. "Ensayo sobre los obstáculos al desarrollo rural en México Retrospectiva y prospectiva". *Desacatos*, sept-dic, 25.

---. 1988. *La modernización de la agricultura mexicana, 1940-1970*. México: Siglo XXI

Katz, Friedrich. 1990. *La servidumbre en México en la época porfiriana*. México: Era

Knight, Alan. 1986. "La revolución mexicana: ¿burguesa, nacionalista o simplemente una gran rebelión?". *Cuadernos políticos*, 48

Meyer, Lorenzo. 1998. *Fin de régimen y democracia incipiente. México hacia el Siglo XXI*. México: Océano.

---. 1995. *Liberalismo autoritario. Las contradicciones del sistema político mexicano*. México: Océano.

---. 1990. *Petróleo y Nación (1900-1987): La política petrolera en México*. México: FCE

---. 1978. *Historia de la Revolución Mexicana 1928-1934. Vol. 13. El conflicto social y los gobiernos del maximato*. México: COLMEX.

Montemayor, Carlos. 2001. *Los pueblos indios de México hoy*. México: Planeta.

Zermeño, Sergio. 1978. *México: Una democracia utópica. El movimiento estudiantil del 68*. México: Siglo XXI.

Warman, Arturo. 2001. *El campo mexicano en el siglo XX*. México: FCE

## ASIGNATURA: ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA

EJE: Instrumental

**Objetivo general:** Que el alumno aprenda a organizar, presentar y resumir datos, así como obtener conclusiones del análisis estadístico de los mismos.

### **Contenidos mínimos:**

- Noción de incertidumbre y azar
- Generación de datos
- Tabulación y graficación de datos
- Correlación

### **Bibliografía básica:**

Johnson, Robert y Patricia Kuby. 2008. *Estadística elemental: Lo esencial*. México: Cengage Learning.

Pérez López, César. 2005. *Técnicas Estadísticas con SPSS 12, Aplicaciones al Análisis de Datos*. México: Editorial Prentice Hall.

Ritchey, Ferris J. 2008. *Estadística para las Ciencias Sociales*. México: Mc Graw Hill.

**ASIGNATURA: REDACCIÓN ESPECIALIZADA**  
**MATERIA DISCIPLINAR 2**

**Objetivo General:**

El estudiante reconocerá las funciones del lenguaje y su aplicación en los diferentes tipos de texto que se emplean ámbito profesional del licenciado en comunicación y periodismo.

**Contenidos Mínimos:**

- Importancia del lenguaje en la comunicación
- Funciones del lenguaje y su relación con los tipos de texto: informativos, persuasivos, emotivos, y poéticos.
- La redacción y la gramática
- Errores habituales en el uso de la lengua
- Figuras retóricas. Su uso en diferentes tipos de texto.
- Escritura creativa.

**Bibliografía Básica:**

- Cassany, Daniel. (2005) *Describir el escribir. Cómo se aprende a escribir*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Escalante, Beatriz. (2012) *Curso de redacción para escritores y periodistas*. México, D. F.: Porrúa.
- Tovar, Rafael. (2014) *Taller de redacción literaria*. México, D. F.: Trillas.
- Jiménez, Alicia. (2007) *Redacción de textos en la empresa y revisión ortográfica*. México, D. F. : IC Editorial
- Lindsay, David. (2013) *Guía de redacción científica*. México, D. F.: Trillas.
- Sabaté, Rey. (2014) *Redacción publicitaria*.

**ASIGNATURA: LENGUA EXTRANJERA (INGLÉS)II**  
**EJE: UNIVERSITARIO**

**Objetivo general:** Comprender frases y expresiones de uso frecuente relacionadas con áreas de experiencia que le son especialmente relevantes (información básica sobre sí mismo y su familia, compras, lugares de interés, ocupaciones, etc.). Comunicarse a la hora de llevar a cabo tareas simples y cotidianas que no requieran más que intercambios sencillos y directos de información sobre cuestiones que le son conocidas o habituales. Describir en términos sencillos aspectos de su pasado y su entorno así como cuestiones relacionadas con sus necesidades inmediatas

**Contenidos mínimos:**

- Se desarrollarán las cuatro habilidades lingüísticas, el vocabulario y la gramática alrededor de estos temas, de acuerdo al nivel de competencia correspondiente.

* empleos	* transporte	* problemas de salud	* entretenimiento
* actividades diarias	* festivos	* profesiones médicas	* dispositivos
* actividades de fin de semana	* el clima	* estilos de vida	* inventores
* gente famosa	* características geográficas	* comida y bebida	* tecnología
* experiencias pasadas	* reino animal	* tiendas y productos	* el espacio
* tipos de vivienda	* desastres	* dinero	* misterios inexplicables
* museos	* accidentes	* cualidades del carácter	* el medio ambiente
* vacaciones	* precauciones	* deportes	

**Bibliografía básica:**

El método que sea seleccionado.

## TERCER SEMESTRE

### UNIDAD DE APRENDIZAJE: DISCIPLINAR

#### Objetivo General de la Unidad

Acercar al estudiante a fundamentos básicos del campo de la comunicación a partir de tópicos específicos de carácter teórico, conceptual y profesional.

### ASIGNATURA: DEL FUNCIONALISMO A LAS PERSPECTIVAS INTERPRETATIVAS

**Objetivo General:** Conocer y comprender el origen, proposiciones y autores de las teorías funcionalista e interpretativas que explican diversos fenómenos de la comunicación.

#### Contenidos mínimos:

##### I) Perspectiva funcionalista:

C. Shannon & W. Weaver  
H. Laswell  
P. Lazarsfeld  
R. Merton  
Ch. Wrigh  
W. Schramm, etc.

##### II) Estructuralismo

##### III) Perspectiva interpretativa:

Construccionismo  
Escuela de Palo Alto  
Interaccionismo Simbólico  
Etnometodología.  
Estudios Culturales  
Mediasferas

#### Bibliografía Básica:

López Veneroni, Felipe. (1997). *La Ciencia de la comunicación*. México: Trillas.  
Mattelart, Armand & Mattelart, Michèle. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Rodrigo Alsina, Miquel. (2011). Modelos de la Comunicación. *Portal de la Comunicación InCom-UAB*.

[http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/20\\_esp.pdf](http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/20_esp.pdf) \*\*

Miége, Bernard. (2015). *El pensamiento comunicacional*. México: UIA.

## ASIGNATURA: LINGÜÍSTICA

### Objetivo general:

El estudiante ubicará la Lingüística dentro del quehacer científico, así como su relación con otros campos que estudian el lenguaje y analizará sus características y funciones en relación con el proceso de la comunicación.

### Contenidos mínimos:

- Evolución de las ideas sobre el lenguaje
- Objeto de la lingüística. Diferencia entre filología y Lingüística
- Características del lenguaje articulado. Lenguaje, lengua y habla.
- La lingüística moderna europea
- La lingüística moderna norteamericana
- El trabajo de la lingüística en conjunto con otras disciplinas lingüísticas particulares: psicolingüística, semántica, gramática, sociolingüística.

### Bibliografía Básica:

- Azevedo, Milton. (2008) *Introducción a la lingüística española*. Tercera Edición. New Jersey: Prentice Hall.
- Coseriu, Eugenio. (1983) *Introducción a la lingüística*. Madrid: Gredos
- De Saussure, Ferdinand. (1982) *Curso de Lingüística General*. México. Nuevomar.
- Lyons, John. (1983) *Lenguaje, Significado y Contexto*. Barcelona. Paidós.
- Schaff, Adam. (1978) *Introducción a la Semántica*. México. FCE.
- D'Introno, Francesco. (1990) *Fundamentos de lingüística hispánica*. Madrid: Editorial Playor.
- Jakobson, Roman. (1988) *El marco del lenguaje*. Primera edición. México, D. F: FCE
- Lacorte, Manuel. (2007) *Lingüística aplicada del español*. Arco Libros
- Matthes, Peter. (2009) *Breve historia de la Lingüística estructural*.



## ASIGNATURA: BASES GENERALES DEL PERIODISMO

**Objetivo General:** Comprender la evolución del periodismo como modalidad discursiva sobre la realidad social, y conocer y practicar el género fundamental del periodismo: la noticia.

### **Contenidos mínimos:**

1. Evolución histórica del periodismo;
2. Estructura internacional de la información;
3. El modelo informativo Chomsky-Herman;
4. Sociología de la producción de noticias, y
5. Ejercicio de la noticia o nota informativa.

### **Bibliografía Básica:**

Bohmann, Karin. (1994) *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. Alianza Editorial.

Campbell, Federico. (2002) *Periodismo escrito*. México. Alfaguara, S.A.

Fernández, Fátima. (2002) *La responsabilidad de los medios de comunicación*. México. Paidós Mexicana.

Grijelmo, Alex. (2002) *El estilo del periodista*. España. Alfaguara, S.A.

López, Manuel (1995) *Cómo se fabrican las noticias*. España. Editorial Paidós

Marín, Carlos. (2003) *Manual de periodismo*. México. Grijalbo.

Rivadeneira, Raúl. (1996) *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. México. Trillas.

## ASIGNATURA: LITERATURA CONTEMPORÁNEA EN MÉXICO Y AMÉRICA LATINA

### Objetivos Generales:

*Conocer* las principales manifestaciones literarias del Siglo XX en México y América Latina dentro de un contexto mundial.

*Discutir* acerca de las características del discurso literario como lenguaje.

### Contenidos mínimos:

Relaciones entre Lengua y Literatura

2.-Elementos del lenguaje literario:

- Escritura, vehículo de contacto
- El mundo representado: ficción y realidad
- El autor: el proceso de creación literaria
- El lector: Recepción
- La lengua: texto y código

3.- Ficción y Narratología

4.- Nociones sobre el "canon" en literatura

5.- Generaciones: autores de la casa del lago.

- García Ponce, Juan: erotismo
- Pitol, Sergio.- arte por el arte, o la metaliteratura: la literatura en la literatura
- Juna Vicente Melo: hipertextualidad
- Inés Arredondo: mirada y brevedad

6.- El cono Sur:

- La dictadura y sus figuras en la literatura latinoamericana.
- La sicaresca como género

7.- Literatura y Periodismo

### Bibliografía Básica:

Arredondo, Inés. *Río Subterráneo*. (Cuentos). S.XXI

Bloom, H. (1995) *La elegía del canon*. Barcelona, Edit. Anagrama

Borges Jorge Luis. *El Aleph*

----- . *Ficciones*,

Rulfo, Juan. *El llano en llamas*. México. Colección Popular

Cortazar Julio. *Final de juego*

Domínguez, L. (2014) En estado de gracia: el encuentro del periodismo y la literatura en el reportaje "en busca del cuatro vientos" de Edmundo Valadés. Tesis, UPAP.  
Eco. Humberto, *Sobre Literatura*, Edit. Océano, España 2002. Pág. 9-23 y 223, 246  
Eloy Martínez, Tomás. *Santa Evita*. C/E  
Fernández, N. "Mapocho" C/E  
Fuenes, Carlos. *Tlactocatzine del jardín de Flandes*. Cuento en línea.  
Fuentes Carlos. *La muerte de Artemio Cruz*. C/E  
García Barrientos José Luis. *La comunicación literaria. El lenguaje literario I*. Edit. Arco/Libros, S.L.Madrid. 1999  
García Ponce, Juan. *Cuentos*, en Obras Reunidas. EFC. México  
Garro. Elena. *La culpa la tienen los tlaxcaltecas*. Cuento en línea.  
Melo. Juan Vicente. *La obediencia nocturna*. Era. México  
Paz, O. (2009) "Sobre la crítica", en Corriente alterna. Gandhi, ediciones, México. Pp39-50  
Pereira. A. (1997) La generación de medio siglo: un momento de transición de la cultura mexicana. IIF,UNAM:México  
Piglia Ricardo, *Formas breves*. Edit. Anagrama Pag. 105 – 13  
Piglia.R. y Saer J.(2010) Diálogo. Mangos de Hacha. México  
Pimentel. Luz Aurora. *El relato en perspectiva.. Siglo XXI*. México.1998  
Pitol. Sergio. *El tañido de una Flauta*. Era. México.  
Prólogo, Pp.13 - 32  
Puig, M. "El beso de la mujer araña" C/E  
Restrepo, L. *Delirio* C/E  
Reyes, Alfonso. *La Cena*. Cuento en línea.  
Saer, Juan José. *El concepto de ficción*. Edit.Planeta,  
Solares, Ignacio. *El espía del aire*.  
Villalobos Juna Pablo, (2010) *Fiesta en la Madriguera*. México, Anagrama.  
Volpi, J. (2011) *Leer la mente. El cerebro y el arte de la ficción*. Alfaguara. México.

## ASIGNATURA: DEONTOLOGÍA Y LEGISLACIÓN DE MEDIOS

**Objetivo General:** Comprender los fundamentos éticos y legales en el área de la comunicación, y además delimitar los alcances y limitaciones en el ejercicio profesional de la comunicación dentro del marco jurídico – legal de México.

### **Contenidos mínimos:**

#### **I.- Derechos humanos y legislación**

Historia y concepto de derechos humanos

Proceso legislativo

Libertad de expresión

Derecho de réplica

Derecho a la información y derecho de acceso a la información

Secreto profesional del periodista

#### **II.- Reforma en telecomunicaciones**

Telecomunicaciones

Antecedentes: Ley Federal de Radio y TV, Ley Federal de Telecomunicaciones

Etapas -2013, 2014-, alcances y limitaciones de la reforma

Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT): atribuciones, alcances y limitaciones

Concesiones para uso comercial, social, público y privado

Medios públicos, el pendiente de fortalecer

Derechos de las audiencias

#### **III.- Deontología informativa**

Deontología

Ética periodística

Censura y autocensura

Autorregulación informativa

Calumnia, difamación y daño moral

Derecho a la privacidad, caso servidores públicos y políticos

Rutina informativa y responsabilidades en el ejercicio profesional

“Ética digital”: propuestas, alcances y limitaciones

#### **IV.- Códigos deontológicos y Códigos de Ética**

Diferencias y similitudes

Revista *Proceso*

Diario *El País*

*Canal 22*

*MVS Noticias* y el *ombudsman* de la audiencia

*Letras Libres* vs. *La Jornada*

*Charlie Hebdo* y la libertad de expresión

Medios públicos en Querétaro

#### **Bibliografía Básica:**

Aznar, Hugo y Villanueva, Ernesto (coordinadores) (1999). *Deontología y autorregulación informativa*. Fundación Manuel Buendía.

Restrepo, Javier Darío (2004) *El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística*. México: FNPI – FCE

Trejo Delarbre, Raúl (2015). *Alegato por la deliberación pública*. Cal y Arena. México. Primera edición.

\_\_\_\_\_ (2011). *Diversidad y calidad para los medios de comunicación. Diagnóstico y propuestas. Una agenda ciudadana*. AMEDI. México.

Vega, Aimée et. al. (2007), *Las claves necesarias de una comunicación para la democracia*. México: AMIC – UJAT

Villamil, Jenaro (2010), *El sexenio de Televisa. Historias secretas del poder mediático*. Grijalbo.

\_\_\_\_\_ (2012), *Peña Nieto, el gran montaje*. Grijalbo. México. Primera edición.

Villanueva, Ernesto (coordinador) (2000), *Hacia un nuevo derecho de la información*. Universidad Iberoamericana. México.

## ASIGNATURA: COMUNICACIÓN VISUAL (DISEÑO)

**Objetivo General:** Conocer, comprender y analizar los fundamentos del Diseño Gráfico para aplicarlo como un elemento en la comunicación, que le permita elaborar, planificar, coordinar y gestionar proyectos gráficos funcionales y estéticos para el correcto mensaje gráfico creativo a públicos definidos.

### Contenidos mínimos:

#### 1. TEORÍA DE LA IMAGEN

- Qué es la imagen y sus características
- Teoría Gestalt en la imagen.
- Figura y fondo.
- Proximidad, continuidad, semejanza, contraste e inclusividad.
- Teoría del color
- Tratamiento del color.
- Clasificación del color, desde su concepción psicológica. Cromática realista
- Axiomas de la imagen, ecuación de la imagen

#### 2. ELABORACIÓN DEL MENSAJE GRÁFICO. TIPOLOGÍA DEL MENSAJE.

- La estructura del mensaje. La sintaxis visual.
- Retículas y puntos aureos.
- Jerarquías Visuales
- Coherencia gráfica y de conceptos
- Imagen y significado
- Semiótica gráfica

#### 3. TIPOGRAFÍAS

- Familias, trazos tipográficos

#### 4. FUNDAMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO.

- Elementos conceptuales.
- El espacio. Tamaño y formato.
- Principios de composición.
- Línea, punto, trazo.

## 5. APLICACIONES DEL DISEÑO GRÁFICO.

- Cartel o poster
- Díptico, tríptico y flyer
- Catálogo
- Pendón
- Espectacular (Impresión en gran formato)

## 6. IDENTIDAD CORPORATIVA Y BRANDING

- Diferenciar, representar
- Las premisas
- Los signos identitarios
- *Packaging* (empaquete y embalaje)
- Diseño tridimensional, caras, soportes de material.

### **Bibliografía Básica:**

Aparici, Etal. (2006) *La Imagen: Análisis y representación de la realidad*. Barcelona. Gedisa Editorial

Barthes, Roland. (1982) *Lo obvio y lo obtuso*. Editorial Paidós.

Carter, Rob., (1997) *Diseñando con tipografía 3: color y tipografía*, Barcelona: Index Books,

Ferrer, E. (1995) *El lenguaje de la Publicidad*. Fondo de Cultura Económica (FCE). México.

Gili, Gustavo. (1998) *Tipografía*, México: ED. Gustavo Gili.

\_\_\_\_\_ (1997) *Cómo combinar y elegir colores para el diseño gráfico*, México.

Hernández, Caridad. (2004) *Manual de creatividad publicitaria*. Síntesis, Madrid.

Johansson, Kag (2008) *Manual de producción gráfica*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona

Romero, Victoria (2005) *Lenguaje publicitario. La seducción permanente*. Ariel. Barcelona.

|

|



**ASIGNATURA: LENGUA EXTRANJERA (INGLÉS)III**  
**EJE: UNIVERSITARIO**

**Objetivo general:** Comprender los puntos principales de textos claros y en lengua estándar si tratan sobre cuestiones que le son conocidas, ya sea en situaciones de trabajo, de estudio o de ocio. Saber desenvolverse en la mayor parte de las situaciones que pueden surgir durante un viaje por zonas donde se utiliza la lengua. Producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal. Describir experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justificar brevemente sus opiniones o explicar sus planes.

**Contenidos mínimos:**

- Se desarrollarán las cuatro habilidades lingüísticas, el vocabulario y la gramática alrededor de estos temas, de acuerdo al nivel de competencia correspondiente.

* personas (carácter y apariencia)	* vacaciones	* festivales y eventos	* arte
* empleos y lugares de trabajo	* el clima	* lugares para comer	* caridad
* estilos de vida	* transporte	* comida y bebida	* tecnología
* la ciudad y el campo	* tiendas e ir de compras	* deportes	* educación
* el medio ambiente	* ropa y accesorios	* accidentes y heridas	
* especies en peligro de extinción	* celebraciones	* entretenimiento	

**Bibliografía básica:**

El método que sea seleccionado.

## CUARTO SEMESTRE

### UNIDAD DE APRENDIZAJE: DISCIPLINAR

**Objetivo de la Unidad:** El estudiante comprenderá distintas expresiones lingüísticas y formas de comunicar, entre ellas la fotografía, así como conocer los diferentes géneros periodísticos y productos comunicativos que se pueden elaborar.

<b>Asignatura: ESCUELA DE PENSAMIENTO CRÍTICO</b>
---

**Objetivo general:** Conocer y comprender las proposiciones y autores de la teoría crítica de la comunicación, originada en la tensión entre la investigación europea y el empirismo norteamericano, así como las aportaciones hechas desde América Latina.

#### Contenidos mínimos:

##### Escuela de Frankfurt

T. Adorno  
M. Horkheimer  
H. Marcuse

##### Economía política de la comunicación

A. Mattelart  
G. Murdoch  
V. Mosco

##### Estudios culturales latinoamericanos

P. Freire  
M. Kaplún  
J. Martín-Barbero  
G. Orozco Gómez  
N. García Canclini

#### Bibliografía Básica:

Freire, Paulo. (1973). *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. México: Siglo XXI Editores.

García Canclini. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

\_\_\_\_\_ (1997). *Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local*. Argentina: Universidad Nacional de la Plata.

Kaplun, Mario. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: de la Torre.

Marcuse, Herbert. (1985 [1964]). *El hombre unidimensional*. Barcelona: Planeta.

Mattelart, Armand y Mattelart, Michèle. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Mosco, Vincent. (2006). La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. CIC Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 11 57-79 (Traducción de María Trinidad GARCÍA LEIVA). Consultado en: <http://www.um.es/tic/LIBROS%20FCI-I/EconomiaPoliticaCom.pdf>

Mattelart, Armand y Neveu, Érik. (2004). *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós.

Martín-Barbero, Jesús. (1997). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gedisa.

## Asignatura: SEMIÓTICA

### Objetivos generales:

Comprender el significado y uso de los sistemas de signos no lingüísticos en diferentes medios de comunicación (masivos) y formas de expresión (artísticos, etc.)

### Contenidos mínimos:

- Relación entre semiótica y semiología
- El signo y los códigos
- La teoría semiológica
- La imagen como texto.
- Metodología de análisis semiótico.
- Campos de aplicación de la Semiótica.
  - Semiótica del MMC
  - Semiótica del arte

### Bibliografía básica:

- Barthes, Roland. (1976) *Elementos de Semiología. La Semiología*. Buenos Aires. Tiempo Contemporáneo.
- \_\_\_\_\_ (1980) *Mitologías*. México. Siglo Veintiuno Editores.
- \_\_\_\_\_ (1982) *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós Comunicación
- Eco, Umberto. (1982) *Introducción al estructuralismo*. Madrid. Alianza Editorial.
- \_\_\_\_\_ (1978) *Tratado de Semiótica General*. México. Nueva Imagen.
- \_\_\_\_\_ (1968) *La estructura ausente. Introducción a la Semiótica*. Barcelona. Lumen.
- \_\_\_\_\_ (1979) *Obra Abierta*. Barcelona. Ariel

## Asignatura: PERIODISMO INFORMATIVO

**Objetivo general:** Construir teórica y prácticamente una noticia y con sustento en ella, ejercer las prácticas periodísticas de la entrevista, el reportaje y la crónica. Distinguir las diferencias y similitudes entre estos géneros periodísticos.

### Contenidos mínimos:

- Los géneros periodísticos
- Entrevista
  - \*Elementos de la entrevista
  - \*Tipos de entrevista
- Crónica
  - \*Juicios de valor, expresividad e interpretación en la crónica
- Reportaje
  - \*Reportaje como investigación periodística
  - \*El reportaje y la documentación
  - \*Reportaje informativo
  - \*Reportaje-ensayo

### Bibliografía básica:

Campbell, Federico. (2002) *Periodismo escrito*. México Alfaguara, S.A.  
Del Río, Julio. (1992) *Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos*. México. Editorial Diana.  
Grijelmo, Álex. (2003) *El estilo del periodista*. España. Alfaguara  
Marín, Carlos. (2003) *Manual de periodismo*. México. Grijalbo.

## **Asignatura: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN**

**Objetivo general:** Los estudiantes adquirirán herramientas que les permitan formar equipos profesionales, que con la práctica logren amplia experiencia y conocimientos en el campo de la administración de empresas de comunicación, preparados para dar una respuesta global a necesidades en este ámbito, generando empresas de comunicación para dar servicio en las diferentes áreas que sean requeridas

### **Contenidos mínimos:**

- 1.1 Administrar eficazmente una empresa.
- 1.2 Historia de la administración
- 1.3 Teorías administrativas
- 1.4 Características de la administración.
- 1.5 Estructura administrativa
- 1.6 Diferencias entre jefe y líderes
- 1.7 Tipo de líderes
- 1.8 Características de los líderes
- 1.9 Errores frecuentes que comenten los líderes.

Teoría de las motivaciones humanas.

### **Entidades que conforman una empresa.**

- 2.1 Red de valor
  - 2.1.1 Clientes
  - 2.1.2 Competidores
  - 2.1.3 Complementadores
  - 2.1.4 Proveedores.

### **Unidad II:**

#### **SERVICIOS QUE BRINDA UN EMPRESA DE COMUNICACIÓN**

- 3.1 Estudios de comunicación
  - 3.1.1 Análisis FODA
  - 3.1.2 Estudios de rotación de personal.
- 3.2 Relaciones Institucionales

- 3.3 Comunicación Interna
- 3.4 Gabinete de prensa
- 3.5 Comunicación en situación de crisis
- 3.6 Formación en Comunicación
- 3.7 Edición de publicaciones Páginas web
- 3.8 Guiones audiovisuales
- 3.9 Comparecencias, discursos y presentaciones
- 3.10 Recursos publicitarios
- 3.11 Organización y logística de eventos
- 3.12 Patrocinios
- 3.13 Consultoría y capacitación

### **Unidad III PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE UNA EMPRESA DE COMUNICACIÓN**

#### **4. descripción del negocio**

- 4.1 Visión
- 4.2 Misión
- 4.3 Satisfacción de la necesidad
- 4.4 Productos y servicios que se ofrecen
- 4.5 Tipo de clientes
- 4.6 La competencia

#### **5. El mercado**

- 5.1 Valores formales del producto.
- 5.2 Contribución a las ventas que se estima por producto o servicio.
- 5.3 Tamaño del mercado.
- 5.4 Tendencias del mercado.
- 5.5 Segmentación del mercado.
- 5.6 Factores críticos de éxito.
- 5.7 Método de ventas.
- 5.8 Promoción

#### **6. Dirección y organización de la empresa**

6.1 Características de los dueños.

6.2 Organigrama básico

6.3 Servicios externos.

## **7. finanzas, recursos e inversiones**

7.1 costo de desarrollo de los productos y servicios.

7.2 Registros legales

7.3 Activos fijos

7.4 Selección, capacitación y entrenamiento de personal

7.5 Capital de trabajo

7.6 Requisitos totales del capital que será necesario invertir

7.7 Punto de equilibrio de la empresa

7.8 Flujo de dinero en efectivo

7.9 Período en que se recuperará la inversión

7.10 Plan de capitalización o de aumento del patrimonio de la empresa

### **Bibliografía básica:**

Handy, Charles. (2013), *La edad de la sinrazón*. Ed. Apostrofe

McGregor, Douglas (2005), *El lado humano de las empresas*. Editorial Porrúa

Saloner, Garth *et al* (2005), *Administración estratégica*. Ed. Limusa



## Asignatura: GUIONISMO PARA MEDIOS

### **Objetivo general:**

Conocer el lenguaje de los medios de comunicación electrónicos, con el objeto de elaborar guiones informativos y persuasivos en los campos de la radio, el cine, la televisión y el video.

### **Contenidos mínimos:**

- Características del lenguaje sonoro
- Guiones informativos para el medio radiofónico
- Características del lenguaje visual
- Guiones audiovisuales informativos
- Guiones publicitarios y promocionales

### **Bibliografía básica:**

- Barroso, Jaime. (2009) *Realización de documentales y reportajes*. Madrid: Editorial síntesis
- Feldman, Simon. (2015) *Guión argumental, guión documental*. Gedisa
- Herrera, Alejandro. (2010) *El guión y sus formatos. Una guía práctica*. México, D. F.: Universidad Iberoamericana.
- Hilliard, Robert. (2000) *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. México, D. F.: Thomson.
- Kaplún, Mario. (1994) *Producción de programas de radio*. Quito: Cromocolor.
- Linares, Marco Julio. (2002) *El guión. Elementos, formatos y estructuras*. México, D. F. Pearson.
- Maza, Maximiliano y Cervantes de Collado, Cristina (2004) *Guión para medios audiovisuales. Cine, radio y televisión*. México, D. F. Pearson educación.

## Asignatura: FOTOGRAFÍA

### **Objetivo general:**

Conocer los principios básicos e históricos de la fotografía digital para crear mensajes visuales. Comprender el uso de la fotografía en los medios de comunicación del siglo XXI y obtener la capacidad de análisis de los elementos de un lenguaje como lo es la fotografía.

### **Contenidos mínimos:**

#### 1.- Historia de la fotografía

Historia de la fotografía del siglo XX

Evolución de la cámara fotográfica

Tipos y usos de la fotografía en la sociedad

Fotografía en el siglo XXI, ¿a qué llamamos fotografía digital?

El impacto de la fotografía en la sociedad y el uso que los comunicadores hacemos de esta herramienta en los medios de comunicación.

#### 2.- Componentes técnicos en la fotografía

Componentes Básicos de la cámara fotográfica

Objetivos y periféricos.

Diafragma, obturador e ISO

Exposición correcta de la luz (Triángulo de la luz)

Uso creativo del Diafragma, Obturador e ISO

#### 3.- Creación de un mensaje fotográfico

Reglas de Composición fotográfica

Discurso visual (estilo e intención)

¿Qué hace buena una fotografía?

#### 4.- Luz

¿Qué es la luz y su uso en la fotografía?

Características básicas de la luz (calidad, dirección, color, forma)

Uso básico del flash de la cámara

## 5. Grandes temas de la fotografía para crear mensajes

Retrato

Paisaje

Arquitectura

Bodegón

## 6-. Retoque digital

Principios básicos de retoque digital (niveles, blanco y negro básico, corrección de color, mascara de enfoque)

Formato RAW (revelado digital)

Principios éticos y uso del retoque digital

### **Bibliografía básica:**

Bornici, Peter; Proud,Linda. (2002) *Diseño con fotografía*, Mc Graw Hill. México

Freeman Michael, (2012) *El ojo del fotógrafo*. Barcelona, España. Ed. Blume

\_\_\_\_\_, (2012) *La visión del fotógrafo*. Barcelona, España. Ed. Blume

\_\_\_\_\_, (2012) *La mente del fotógrafo*. Barcelona, España. Ed. Blume

\_\_\_\_\_(2001) *Cómo hacer buenas fotografías*. Curso Práctico. Libsa ediciones. España

\_\_\_\_\_(2004) *Fotografía digital. Luz e Iluminación*. Evergreen editores

\_\_\_\_\_(2004) *Fotografía de personas*. Evergreen editores.

Ritchin, Fred. (2010) *Después de la fotografía*. Oaxaca, México. Serieve Editorial Televisa.

## ASIGNATURA: TALLER DE RADIO

### **Objetivo general:**

Desarrollar las habilidades y aptitudes necesarias en el estudiante para desenvolverse en el ambiente radiofónico, esto mediante la elaboración convencional de guiones y sus diversos géneros. Esto permitirá orientar al alumno para que conozca sus fortalezas y debilidades al hacer radio.

### **Contenidos mínimos:**

#### *UNIDAD I.*

#### PANORAMA DE LA RADIO EN MÉXICO

- 1.1.-Historia de la radio en México.
- 1.2.- Legislación de la Radio
- 1.3.- Estaciones permisionadas
- 1.4.- Estaciones Concesionadas

#### *UNIDAD II*

#### TÉCNICAS Y ESTRATEGÍAS EN EL MEDIO RADIOFÓNICO

- 2.1.- Fundamentos prácticos del guion radiofónico.
- 2.2.- Géneros y formatos radiofónicos
- 2.3.- Enfoque y producción radiofónica
- 2.4.- Sección Publicitaria
  - Producción de jingles vocales
  - Producción de cuñas publicitarias
  - Producción de jingles cantados
  - Producción de caretas
  - Producción de indicativos
- 2.5.- Locución
  - Tipos de voz
  - Técnicas de locución
  - Improvisación.

Expresión corporal.  
Técnicas de grabación  
Grabación de Inserts  
Planeación.  
Exposición.  
Espacio personal  
Comunicación no verbal.  
Identidad (vestimenta y accesorios)  
Branding Personal  
Imagen  
Discurso  
Manejo de audiencia

### *UNIDAD III*

#### SOPORTE TÉCNICO

- 3.1.- Tecnicismos en radio
- 3.2.- Micrófonos
- 3.3.- Sonido digital
  - 3.3.1.- Onda
  - 3.3.2.- Frecuencia
  - 3.3.3.- Formatos de Grabación
    - 3.3.3.1.- WAV, MP3, AIFF, CAF, AU, VOC, MOD
- 3.4.- Cableado y solución de problemas.

### *UNIDAD IV*

#### MEDIOS RADIOFÓNICOS Y TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

- 4.1.- Musicalización.
- 4.2.- Comunicación visual en medios digitales.
- 4.3.- Mercadotecnia y administración de la radio.

**ASIGNATURA: LENGUA EXTRANJERA (INGLÉS) IV**  
**EJE: UNIVERSITARIO**

**Objetivo general:** Comprender los puntos principales de textos claros y en lengua estándar si tratan sobre cuestiones que le son conocidas, ya sea en situaciones de trabajo, de estudio o de ocio. Saber desenvolverse en la mayor parte de las situaciones que pueden surgir durante un viaje por zonas donde se utiliza la lengua. Producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal. Describir experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justificar brevemente sus opiniones o explicar sus planes.

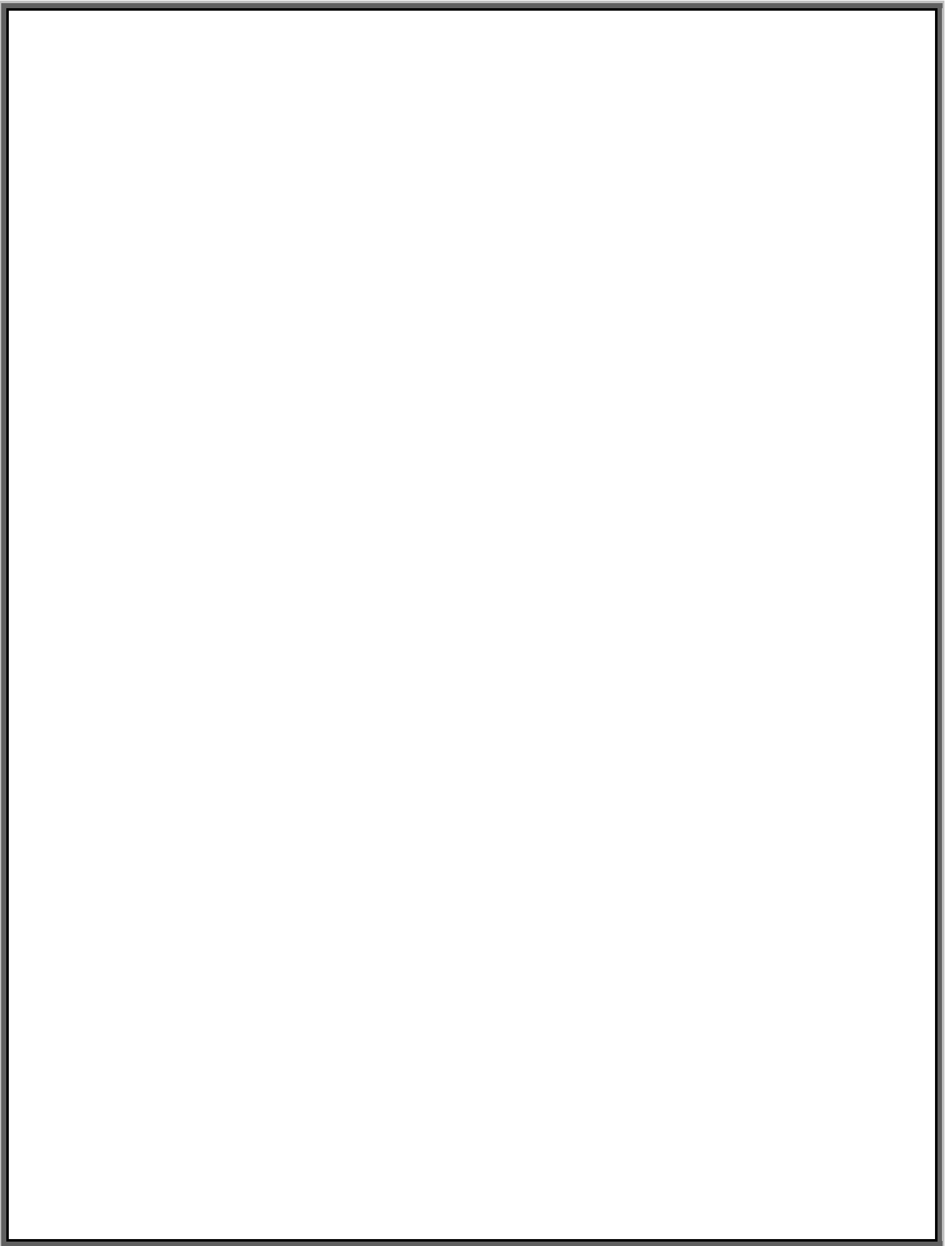
**Contenidos mínimos:**

- Se desarrollarán las cuatro habilidades lingüísticas, el vocabulario y la gramática alrededor de estos temas, de acuerdo al nivel de competencia correspondiente.

* carácter y apariencia	* estados de ánimo y sentimientos	* seguridad	* la naturaleza
* el medio ambiente	* entretenimiento	* emergencias	* el clima
* vacaciones	* tecnología	* grafiti	* desastres naturales
* educación	* empleo	* navegar seguro en internet	* comida
* partes del cuerpo	* ropa	* "bullying"	* estar en forma y salud

**Bibliografía básica:**

El método que sea seleccionado



## QUINTO SEMESTRE

### UNIDAD DE APRENDIZAJE: DISCIPLINAR

#### OBJETIVO DE LA UNIDAD

El estudiante comprenderá y utilizará el avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como expresión de la sociedad, conocer los elementos propios de la comunicación y desarrollar la habilidad para el manejo de los géneros periodísticos.

<b>Asignatura: COMUNICACIÓN Y CULTURA DIGITAL</b>
---

#### Objetivo General:

Conocer los antecedentes sociales y políticos económicos de la revolución tecnológica, así como el estado actual de la revolución tecnológica y su relación con la sociedad contemporánea.

#### Contenidos Mínimos:

##### I) Sociedad y poder en la era contemporánea

1. Teorías sobre el poder en la época contemporánea: Castoriadis, Foucault, Deleuze y los posmodernos; Anthony Giddens, teorías de modelos formales de ciencia política...
2. Sociedad de consumo (Castoriadis, Michel de Certeau, Bauman, Lipovetsky...)
3. Era de la información (Manuel Castells)
4. Los corporativos mediáticos mundiales del siglo XXI
5. La nueva configuración del sistema capitalista desde el sistema financiero después de la crisis de 2008

##### II) La revolución de la Internet social

1. Teoría de la estructuración y teorías de la recepción aplicadas al consumo de medios (Anthony Giddens, Karl Bruhn Jensen, James Lull, Guillermo Orozco...)



3. Historia de la Internet (Serie de National Geographic)
  4. Etapas de la Internet (Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0)
  5. Crítica de la conceptualización "Web 2.0"
- Ciberevangelistas y cibercríticos
  - Explotación de los usuarios
  - Espionaje y uso de los datos privados
  - Crítica del espacio público en la red
6. Cultura de la Convergencia
  7. Crítica de la cultura de la convergencia

## II) La sociedad civil en la Internet

1. Teoría de los nuevos movimientos sociales
2. Movimientos sociales del Siglo XXI
3. Movimiento zapatista
4. Movimientos antiglobalización
5. La campaña de Obama
6. Primavera árabe: Tunes, Egipto, etc.
7. Movimiento de los Indignados en España
8. Movimiento Occupy
8. Hackactivismo: Wikileaks y Anonymous
9. Movimientos sociales en México #Yosoy132
10. Consumo de social media en México
11. Escasa participación de los internautas en la política

### Bibliografía Básica:

- Foucault, Michel (1992) *Microfísica del poder*, Las ediciones de La Piqueta, Madrid.  
(Capítulos 6, 8, 9 y 10.)
- \_\_\_\_\_ (1999), *Michel Foucault, Estrategias de poder*. Paidós, Barcelona.  
Obras esenciales, Vol. II
- Castoriadis, Cornelius (1997) *El avance de la insignificancia*, Anagrama, Buenos Aires.
- Bauman, Zigmunt (2000) *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica, México
- Castells, Manuel (2010) *Comunicación y poder*, Alianza Editorial Barcelona.
- Cobo Romaní, Cristobal y Hugo Pardo Kuklinski (2008) *Planeta Web 2.0, Inteligencia colectiva o medios fase food*, FLACSO México. México.

- Scolari, Carlos (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa. Barcelona.
- Zimmer, Michael (2008) The externalities of Search 2.0: The emergency privacy threats when the drive for the perfect search engine meets Web 2.0, *First Monday*, Vol. 13 and Number 3. Downloaded October 28, 2011.
- Castells, Manuel (2001), *La era de la información, Siglo XXI*, México  
 \_\_\_\_\_ (2010) *Comunicación y poder*, Alianza Editorial Barcelona.
- Fuchs, Christian (2012) Some Reflections on Manuel Castells' Book Networks of Outrage and Hope. *Social Movements in the Internet Age*. Triple C, Cognition, Communication, Cooperation.
- Van De Donk WB, Loader, D. B. et al. (eds). (2004) *Cyberprotest: New Media, Citizens, and Social Movements*, New York: Routledge.
- Cleaver, Harry (1996) "Introduction" en *Zapatistas! Documents of the New Mexican Revolution*
- Della Porta D. and Mosca L. (2005) Global-net for global movements? A network of networks for a movement of movements. *Journal of Public Policy* 25: 165-190.
- Downing J. (2008) Social Movement Theories and Alternative Media: An Evaluation and Critique. *Communication, Culture & Critique* 1: 40-50.
- Van Aelst P and Walgrave S. (2002) New media, new movements? The role of the internet in shaping the anti-globalization movement. *Information, Communication & Society* 5: 465-493
- Johnny Ryan (2010) *History of Internet and the digital future*, , Reaktion Books (ebook)
- Carr, Nicholas *The shallows: What the Internet is doing to our brains?*, (210) W.W. Norton and Company, London.
- Nick Couldry (2011) More sociology, more culture, more politics, *Cultural Studies*, 25:4-5, 487-501, DOI: 10.1080/09502386.2011.600528
- Taprial, Varinder & Priya Kanwar (2012) *Understanding Social Media*, Bookboon.com.
- Zimmer, Michael (2008) The externalities of Search 2.0; The emergency privacy threats when the Drive for the perfect search, *First Monday*, Vol. 13, Number 3, March.
- Taprial, Varinder and Priya Kamwar (2011) *Google beyond Google*, Bookboon.com.
- JoDi Dean (2010), *Blog Theory Feedback and Capture in the Circuits of Drive*, Polity, Cambridge, UK.
- The Happiness Research Institut (2015) "The Facebook experiment. Does social media affect the quality of our lives?", The Happiness Research Institut
- Gil de Zúñiga, Homero, Nakwon Jung and Sebastián Valenzuela (2012) "Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation," *Journal of Computer-Mediated Communication* 17 pp. 319–336 2012 International Communication Association, doi:10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>
- Hanna Krasnova, Helena Wenninger, Thomas Widjaja, and Peter Buxmann (2013) *Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction?*, International

Conference on Wirtschaftsinformatik, 27th February – 01st March 2013, Leipzig, Germany

Brooks, Brandon A. (2010) “Socioeconomic Status Updates: College Students, Family SES, and Emergent Social Capital in Facebook Networks” A thesis presented to the faculty of the College of Arts and Sciences of Ohio University. Descargado el 20 de junio de 2011.

Jorge, Miguel et al (2011), “Twitter, 5 años Un recorrido por la herramienta que se convirtió en plataforma” Ebook, Hipertextual y Telefónica Movistar

Dettmer, Jorge e Yvon Angulo (2012) “Análisis de Redes Sociales: Un estado del Arte”, Ponencia presentada en el V Congreso Internacional de Sociología, 25 -28 de septiembre, Ensenada Baja California, México.

Castelló Martínez, Araceli (2010) “¿Cuánto vale un fan? El reto de la medición de la audiencia en los social media” Pensar la publicidad, Vol. IV, no 2, 89-110

Xiong Liu et al (2012) “SocialCube: A Text Cube Framework for Analyzing Social Media Data” IEE Computer society, DOI 10.1109/SocialInformatics.2012.87

## Asignatura: TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

### **Objetivo general:**

Identificar y valorar los requerimientos, las características, las implicaciones, las posibilidades y las limitantes que plantean las técnicas y los métodos cuanti y cualitativos en cuanto al proceso de construcción del conocimiento de la Comunicación.

### **Contenidos mínimos:**

Unidad I.- Sustento teórico y metodológico de las técnicas y los métodos cuantitativos aplicados en Comunicación

Unidad II.- Encuesta y Análisis de Contenido en Comunicación.

Unidad III.- Sustento teórico y metodológico de las técnicas y los métodos cualitativos aplicados en Comunicación.

Unidad IV. La entrevista como técnica de investigación cualitativa

Unidad V.- El método etnográfico: observación participante y otras técnicas

Unidad VI.- El método Biográfico: historia oral de vida y otras técnicas

### **Bibliografía básica:**

Valdez, Julio (S/F), Hacia una posible definición de métodos cualitativos. Texto de internet.

.- Rodríguez Gómez, Gregorio, *et al* (1999) "Metodología de la investigación cualitativa". Málaga, España, Ediciones Aljibe, p.p. 23-59.

4.- Tarrés, María Luisa (2004), Lo cualitativo como tradición. En María Luisa Tarrés, "Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social". Porrúa, SM, FLACSO México, pp. 35-60.

Bericat, Eduardo (1998), *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en investigación social*. Significado y medida.

Grawitz, Madelaine (1975) Métodos y técnicas de las ciencias sociales. En Abruch Linder, Miguel (comp.) Metodología de las Ciencias Sociales". México, UNAM-ENEP Acatlán, pp. 13-21.

Piña Osorio, Juan Manuel (1998) *La interpretación de la vida cotidiana escolar. Tradiciones y prácticas académicas*. México, Plava y Valdès, pp. 19-71.

Orozco, Guillermo (2012). *Una coartada metodológica: abordajes cualitativos en la investigación en Comunicación, Cultura y Audiencias*. México. Tintable.

Reguillo, Rossana (2002) "De la pasión metodológica o de la (paradójica) posibilidad de la investigación" en Mejía, Rebeca y Sergio Sandoval, Antonio (coords.) *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*. México, ITESO-México, pp. 19-38.

S.J. Taylor y R. Bogdan (1999) "Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados". España, Ediciones Paidós Ibérica S.A., pp. 15-27.

## Asignatura: GÉNEROS DE OPINIÓN

### Objetivo general:

Utilizar con propiedad los géneros periodísticos de opinión y ejecutar de manera escrita y hablada los géneros de opinión en sus expresiones de editorial, artículo, crónica, reseña, crítica y columna.

### Contenidos mínimos:

Estado actual del periodismo global y nacional

- 1.1.-Tipología de los MMC
  - 1.1.1 Definición y clasificación de géneros periodísticos.
  - 1.2 Las secciones de opinión de diarios
  - 1.3 El estilo editorial
  - 1.4 Artículos
  - 1.5 El Editorial
  - 1.6 Columna y crítica
  - 1.7 Caricatura y Cartón político
- II.-
- 2.1 *Agenda setting* y *framing*
  - 2.1.2 Planeación de información. Cómo diseñar una edición
  - 2.2 La Redacción: el Jefe de Información, Editor y Jefe de Redacción

### Bibliografía básica:

Grijelmo, Alex (2002) *El estilo del periodista*. España. Alfaguara.  
-González Reyna, Susana (1998), *Periodismo de Opinión y Discurso*. Ed. Trillas  
-Campbell, Federico. (2002) *Periodismo Escrito*. Alfaguara  
Barajas Durán, Rafael (2005) *El país de "El Ahuizote"*. México. FCE  
De Miguel, Amando (1982). *Sociología de las páginas de opinión*. España. A.T.E Editorial  
León Gross, Teodoro. (1996) *El arte de opinar*. España. Ariel Comunicación.  
Marín, Carlos. (2003) *Manual de Periodismo*. México. Grijalbo.  
Posada García-Peña, Roberto. (2000) *El arte de opinar*. España. Editorial Oveja negra  
Riva Palacio, Raymundo (1998) *Más allá de los límites. Ensayos para un nuevo periodismo*. México. Fundación Manuel Buendía y Universidad Iberoamericana.

Wolfe, Tom (2013). *La hoguera de las vanidades*. Anagrama

## Asignatura: MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

**Objetivo general:** Comprender, analizar e implementar estrategias basadas en la correcta aplicación de la mezcla de mercadotecnia, de la misma forma los alumnos aprenderán las bases para la correcta aplicación y diseño de campañas de comunicación social.

### **Contenidos mínimos:**

Mercadotecnia.

- I. Historia de la mercadotecnia y la publicidad
- II. Análisis del consumidor
- III. Producto
- IV. Precio
- V. Plaza
- VI. Promoción
- VII. Publicidad
- VIII. Modelo de AIDA y modelos de comunicación
- IX. Medios de comunicación tradicionales y medios modernos
- X. ATL
- XI. BTL
- XII. Taller de creación de campañas
- XIII. Mercadotecnia, sociedad, publicidad y ética
- XIV.

### **Bibliografía básica:**

Ferrer, Eulalio. (2002) *Publicidad y comunicación* México. Fondo de Cultura Económica.

Guajardo, Horacio. (1970) *Teoría de la comunicación social*. México. Gernika

Russell, Cols (2005) *Publicidad*. México. Pearson Education.

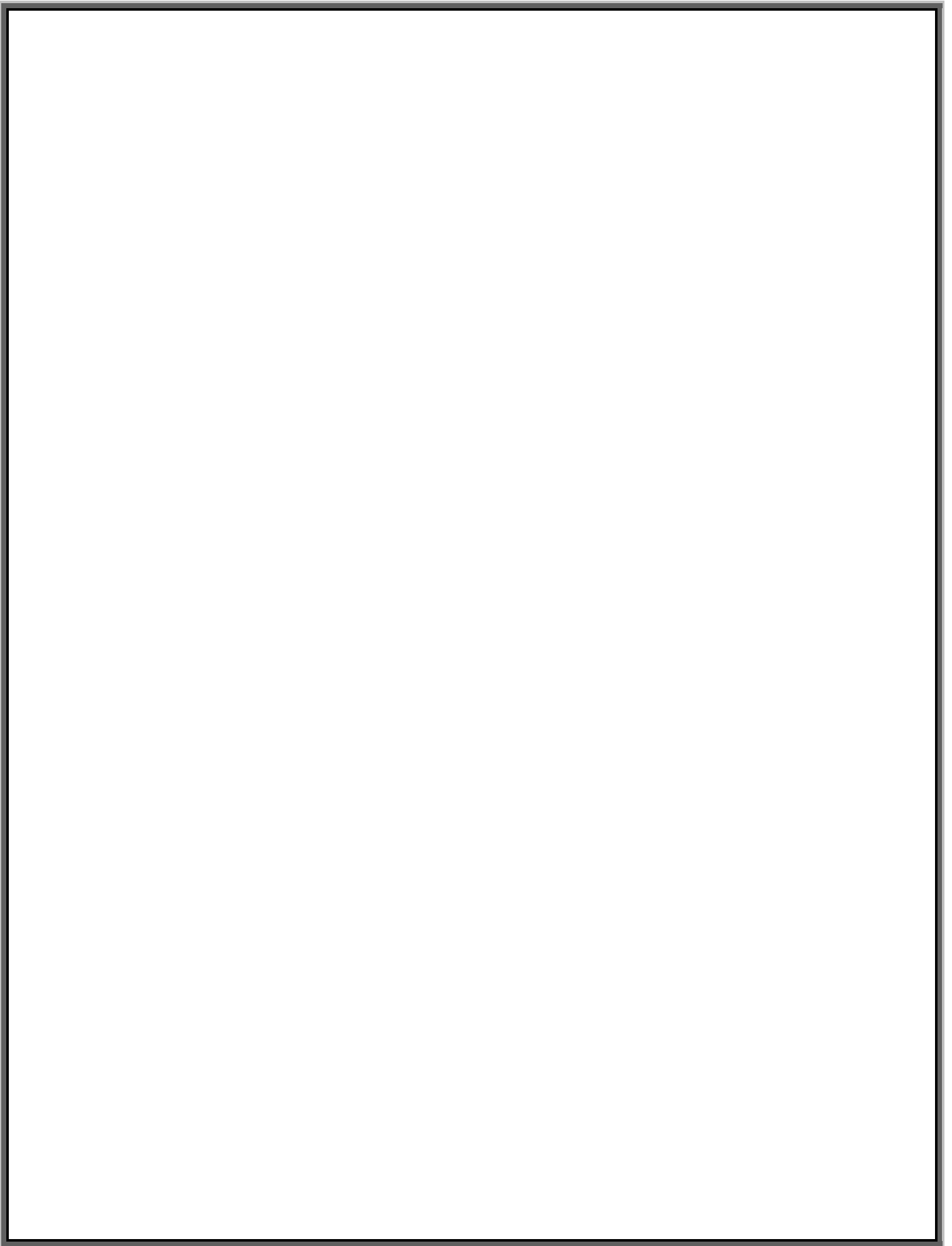
Higgins, Denis (1965) *The art of writing advertising*. Chicago. NTC Publishing Group

Kotler Philip, Armstrong Gary (1991) *Fundamentos de Mercadotecnia*. Nueva York. Prentice Hall

Schiffman Leon, Lazar Kanuk leslie (1991) *Comportamiento del consumidor*. Nueva York. Prentice Hall.

Hawkins Del, Best Roger, Coney Kenneth (1997) *Comportamiento del consumidor* Colombia. McGraw Hill





## **Asignatura: COMUNICACIÓN POLÍTICA**

### **Objetivo general:**

Conocer la teoría y metodología básica para realizar un análisis de las campañas políticas, así como desarrollar las habilidades y recursos para insertarse en una campaña electoral.

### **Contenidos mínimos:**

#### **Unidad 1. La política como ejercicio del poder**

1. El poder como sistema de prácticas, según Foucault
2. El poder desde la lectura de los posmodernos
3. La sociedad de consumo
4. La sociedad de la información
5. Del Príncipe de Maquiavelo al Principito de Fernando Escalante
6. La democracia, la república y el liberalismo
7. De la videopolítica a la ciberpolítica
8. Análisis de la campaña de Obama 2008

#### **Unidad 2. Teoría sobre comunicación política y campañas**

1. Conceptualización de la comunicación política
2. Principales tendencias de la comunicación política actual: Teorías de la Universidad de Michigan y de la Universidad de Columbia; tradición de la comunicación política; Videopolítica; Americanización; estudios de recepción
3. Teoría sobre estrategias de campaña
4. Estrategia general de la campaña
5. Campaña tierra: giras del candidato, presentaciones públicas, redes de militantes haciendo proselitismo. Construcción de bases electorales.

6. Campaña aire: relaciones públicas con medios; manejo de la agenda; plan de medios.

### **Unidad 3. Diseño de una campaña política**

1. Metodología de análisis de campañas: investigación documental, encuesta, análisis de contenido y entrevistas grupales.

Análisis electoral (históricos); Evaluación de la administración; Análisis FODA; Entrevista grupal; Análisis de contenido...

2. Diseño de una campaña: Estrategia de campaña, Plan de campaña, Eje estratégico de campaña, Eslóganes, spots en radio y/o video, carteles...

#### **Bibliografía básica:**

Canel, María José (1998) "Los efectos de las campañas electorales", en *Comunicación y sociedad XI*, No. 1. Universidad de Navarra.

Morris, Dick (2003) *Juegos de poder*, Editorial El Ateneo. Buenos Aires.

Castoriadis, Cornelius (1997) *El avance de la insignificancia*, Anagrama, Buenos Aires.

Crespo, Ismael et al. Las campañas electorales y sus efectos en la decisión de voto, Vol. II Tirant lo blanch. Valencia.

Castells, Manuel (2010) *Comunicación y poder*, Alianza Editorial Barcelona.

\_\_\_\_\_ (2010) *Comunicación y poder*, Alianza Editorial Barcelona.

Escalante Gonzalbo, Fernando (1996), *El principito*, Cal y Arena, 1995, Cal y Arena, 1995, México.

\_\_\_\_\_ (1998) *Ciudadanos imaginarios*, El Colegio de México, 1992, México.

Flores Rico, Carlos (2000) *Es la estrategia estúpido*, Nuevo Siglo XXI, México.

Germán Espino, *El nuevo escenario de las campañas presidenciales. La Jornada, México 2006.*

\_\_\_\_\_ (2008) *La república del escándalo. Campañas negativas, política espectáculo y escándalos mediáticos*. Ediciones La Jornada. México.

\_\_\_\_\_ (2012) "¿Cyberrevolución en la política? Mitos y verdades sobre la ciberpolítica 2.0 en México", Editorial Fontamara. México.

Jara et al (2013), *Audiencias saturadas comunicación fallida. El impacto de los spots y las noticias en la campaña presidencial 2012*, Delphos, México.

Jenkins, Henry (2008) *Convergence culture*, Paidós, Barcelona.

Foucault, Michael (1992) *Microfísica del poder*, Las ediciones de La Piqueta, Madrid.

\_\_\_\_\_ (1999), *Michel Foucault, Estrategias de poder*. Paidós, Barcelona. Obras esenciales, Vol. II

Morales Garza, Martha Gloria y Germán Espino, (2012) “*Querétaro: democracia a dos bandas. Campañas y elecciones en 2009*”, Editorial de la Universidad Autónoma de Querétaro. Querétaro.

Morris, Dick (2003) *Juegos de poder*, Editorial El Ateneo. Buenos Aires.

Rheingold, Howard (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Gedisa, Barcelona.

## Asignatura: TALLER DE TELEVISIÓN

### **Objetivo general:**

Proporcionar al estudiante los conceptos básicos para comprender la producción en televisión con base en la evolución que ha tenido, de esta manera brindarle al alumno las herramientas para producir, o bien, perfeccionar los productos audiovisuales.

### **Contenidos mínimos:**

#### *UNIDAD I.*

#### PANORAMA DE TELEVISIÓN EN MEXICO

- 1.1.-Historia de la Televisión.
- 1.2.- Historia de la Televisión en México.
- 1.3.- La Televisión en medios digitales

#### *UNIDAD II*

#### FUNDAMENTOS DE LA TELEVISIÓN

#### 2.1.- Lenguaje de la Televisión

Encuadres

Movimientos de cámara

Ángulos de cámara

Guion

#### 2.2.- Géneros y formatos

Objetivos de la televisión

#### 2.3.- Formatos en medios digitales

#### 2.3.1.- Spots

Venta directa

Promocional

Institucional

Testimonial

Concientización social

#### *UNIDAD III*

EQUIPO

- 3.1.- Estudio de Televisión
- 3.2.- Acústica en estudio
- 3.3.- Controles
  - 3.3.1.- Consola de Iluminación
  - 3.3.2.- Consola de audio
  - 3.3.3.- Switcher
  - 3.3.4.- VTR
  - 3.3.5.- Osciloscopio
  - 3.3.6.- Vectorscopio
  - 3.3.7.- Fuentes
- 3.4.- Tendido de líneas
- 3.5.- Cámaras
  - 3.5.1.- Partes de la cámara
  - 3.5.2.- Filtros
  - 3.5.3.- Ajuste a Blancos
  - 3.5.4.- Tripies
  - 3.5.5.- Dolly
  - 3.5.6.- MiniJib
  - 3.5.7.- Steadycam
  - 3.5.8.- Técnicas de cámara en mano
- 3.6.- Iluminación
  - 3.6.1.- Temperatura de luces
  - 3.6.2.- Potencia de iluminación y su utilización.
  - 3.6.3.- Ubicación
  - 3.6.4.- Croma

#### *UNIDAD IV*

#### PRODUCCIÓN

- 4.1.- Spots
- 4.2.- Entrevista
- 4.3.- Nota

- 4.4.- Reportaje
- 4.5.- Clasificación de programas
  - 4.5.1.- Magazine
  - 4.5.2.- Noticiero
  - 4.5.3.- Entretenimiento
  - 4.5.4.- Mesa redonda
  - 4.5.5.- Debate
- 4.6.- Producción para medios digitales
  - 4.6.1.- Nota informativa
  - 4.6.2.- Entretenimiento
  - 4.6.3.- Cultural

**Bibliografía básica:**

- Bourdieu, Pierre. (2003) *Sobre la televisión*. Anagrama
- Grimson, Alejandro. (1999) *Audiencia, cultura y poder: estudios sobre la televisión*. Eudeba
- Orozco, Guillermo. (2002) *Historias de la televisión en América Latina*. México, D. F. Gedisa editorial.
- Vilches, Lorenzo. (1993) *Televisión, Los efectos del bien y del mal*. México, D. F. Paidós Comunicación.

**ASIGNATURA: LENGUA EXTRANJERA (INGLÉS) V**  
**EJE: UNIVERSITARIO**

**Objetivo general:** Entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización. Saber relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de ninguno de los interlocutores. Producir textos claros y detallados sobre temas diversos así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones.

**Contenidos mínimos:**

- Se desarrollarán las cuatro habilidades lingüísticas, el vocabulario y la gramática alrededor de estos temas, de acuerdo al nivel de competencia correspondiente.

* vivienda	* el medio ambiente	* crimen	* hábitos de alimentación
* eventos en la vida	* energía	* compras	* deportes y entretenimiento
* viajes	* salud	* publicidad	* medios de comunicación
* días festivos	* rutinas	* comida	* desastres
* festivales	* tecnología	* comer saludablemente	

**Bibliografía básica:**

El método que sea seleccionado



## ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN PROFESIONAL “COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA”

**Objetivo General de la Unidad (sexto semestre):** Comprender desde una perspectiva analítica los elementos teóricos y metodológicos de la comunicación estratégica, los cuales permitirán al alumno un ejercicio crítico del análisis del entorno social, político y económico.

### Asignatura: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

#### **Objetivo general:**

Los estudiantes adquirirán herramientas teóricas que les permitan comprender el mundo de la comunicación tanto en organizaciones públicas como privadas. Conocerán la dinámica de las organizaciones dentro del marco de la comunicación interna y externa, y estudiarán la teoría de sistemas para poder comprender lo que sucede dentro de una organización sistémica, su impacto tanto interno como hacia afuera de la misma y el entorno global, lo que les permitirá ampliar su campo de acción para prepararse e ir enfocándose hacia este importante ámbito laboral.

#### **Contenidos mínimos:**

##### **1. Los sistemas**

1.1 Características de los sistemas

##### **2. Visión sistémica de la organización**

2.2 Sistemas abiertos y cerrados

2.3 Sistemas vivos y no vivos

2.4 Leyes del pensamiento sistémico.

##### **3. Las cinco disciplinas de las organizaciones inteligentes.**

3.1 Dominio personal

3.2 Modelos mentales

3.3 Trabajo en equipo

3.4 Visión compartida

3.5 Pensamiento sistémico

#### **4. Las siete barreras que impiden que la organización crezca.**

4.1 Yo soy mi puesto

4.2. El enemigo externo

4.3. La ilusión de hacerse cargo

4.4 La fijación en los hechos.

4.5 La parábola de la rana hervida

4.6. La ilusión de que se aprende con la experiencia

4.7 El mito del equipo administrativo

#### **5.- Mejorando la comunicación en las organizaciones.**

5.1 Escuchar para aprender

5.2 Empatizar con las emociones.

5.3 Ayudar a lograr las aspiraciones.

5.4 Diagnosticar y detallar

5.5 Comprometerse a buenos fines.

5.6 Responder con respeto

5.7 Hablar específicamente.

#### **6. Condiciones para llevar a cabo el diagnóstico organizacional**

6.1 Elementos del diagnóstico organizacional

6.2 Perspectivas del diagnóstico organizacional

6.3 Métodos y técnicas

6.4 Diagnóstico cultural

#### **7. La capacitación como herramienta de comunicación**

7.1 Preparación de un curso

7.2 Manejo de la información

7.3 Carta descriptiva

7.4 Carta de organización

#### **Bibliografía:**

Bartoli, Annie (2008), *Comunicación y Organización*, Barcelona, Ediciones Paidós,

Fernández, Collado Carlos (1997), *La Comunicación en las Organizaciones*, México, Editorial Trillas,

León Carreño, María Isabel (1998), *Gestión Universitaria –sistema de Información y Comunicación Factores Endógenos y Exógenos.*

Martínez De Velazco, Alberto (1995), *Comunicación Organizacional Práctica*, México, Editorial Trillas

Nosnik, Abraham, "El análisis de sistemas de comunicación en las organizaciones", en Fernández Collado, Carlos (1997) *La comunicación en las organizaciones*, Trillas, México, 1997

Nosnik, Abraham (1996), *Comunicación y Gestión Organizacional*, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Facultad de Comunicación Social.

Senge, Peter (2007). *La Quinta Disciplina*. Ed Granica

## Asignatura: MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE *BIG DATA*

### Objetivo general:

Que el estudiante conozca metodologías para hacer investigación aplicada en el ámbito de proyectos de intervención política, socioeconómica y cultural.

### Contenidos mínimos:

- Metodologías para el diagnóstico de problemas sociales y para la investigación de mercado.
- Métodos de investigación documental para el diagnóstico de problemáticas sociales; seguimiento periodístico; análisis estadístico; análisis histórico electoral...
- Técnicas de investigación para elaborar diagnósticos de problemáticas sociales.
- Entrevistas a informantes clave; grupos focales; técnicas para monitoreos de medios; encuesta por Internet y etnografía virtual.
- Técnicas de Big Data para el análisis de redes.

### Bibliografía:

- Benassini, Marcela (2009) *Introducción a la investigación de mercados: Enfoque para America Latina*, Pearson, México.
- Castelló Martínez, Araceli (2010) "¿Cuánto vale un fan? El reto de la medición de la audiencia en los social media" *Pensar la publicidad*, Vol. IV, no 2, 89-110
- Corbeta, Piergorgio (2010) *Metodología y técnicas de investigación*, McGraw hill, Madrid.
- Malhotra, Naresh K. (2008), *Investigación de mercados*, Pearson, México.
- Márques Asensio, Felicidad (2015) *Técnicas de investigación de mercados*, Alfaomega, México.
- Medhat Gaber, Mohamed *et al* (2015) *Advances in Social Media Analysis*, Springer, New York.

## Asignatura: ANÁLISIS FINANCIERO Y ECONÓMICO

### **Objetivo general:**

Identificar y analizar los factores financieros y económicos en el ámbito profesional, para ayudar a la empresa a tomar decisiones con base en la situación actual que vive el país.

### **Contenidos mínimos:**

#### **Unidad 1. Conocimientos básicos para el Análisis Económico y Financiero**

- 1.1 La economía: una ciencia social. Conceptos básicos
- 1.2 Macroeconomía y conceptos básicos
- 1.3 Microeconomía y conceptos básicos
- 1.4 Grados de Integración Económica
- 1.5 El Capitalismo Neoliberal
- 1.6 Política económica y social de México Siglos IX, XX, XI
- 1.7 Política económica y social Mundial Siglos IX, XX, XI
- 1.8 La Globalización y los efectos colaterales
- 1.9 El petróleo como motor de las políticas económicas y sociales del mundo
  - 1.10 Las divisas y el mercado de dinero
  - 1.11 El mercado accionario
  - 1.12 El Gobierno y la implantación de políticas económicas
  - 1.13 Problemáticas económicas y financieras mundiales
  - 1.14 Tendencias económicas mundiales
  - 1.15 Historia de las crisis económicas en México y el mundo
  - 1.16 Aspectos principales del análisis económico y financiero

#### **Unidad 2. Medios de comunicación**

- 2.1 Principales medios de comunicación especializados
- 2.2 Análisis de las posturas de los medios de comunicación

## 2.3 Comparación de datos

### **Unidad 3. Práctica en el Análisis Político, Económico y Financiero**

#### **Bibliografía:**

N. Gregory Mankiw (2012). *Principios de Economía*. 6ª Edición. S.A. Ediciones Paraninfo.

Rudiger Dornbusch, Stanley Fischer y Richard Startz (2009). *Macroeconomía*. 10ª Edición. Mc Graw Hill.

Robert S. Pindyck y Daniel L. Rubinfeld (2011). *Microeconomía*. 7ª Edición. Prentice Hall.

## Asignatura: PRODUCCIÓN DE MEDIOS DIGITALES

### **Objetivo general:**

El estudiante conocerá el impacto de la tecnología en la sociedad y buscar nuevas alternativas de comunicación se apoyará en estas nuevas plataformas de comunicación para extender sus mensajes, utilizando la tecnología de la información y comunicación. Sabrá crear, interpretar y medir los mensajes de las nuevas herramientas de comunicación.

### **Contenidos mínimos:**

- **2. Impacto de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación**
  - 2.1.- La prensa digital
  - 2.2.- Radio en Internet
  - 2.3.- La televisión en el mundo digital.
  -
- **3. Redes sociales**
  - 3.1 Uso adecuado e inadecuado, ventajas y desventajas de las redes
  - 3.2 Usuarios de redes sociales
  - 3.3 Comunicación dentro de redes
  - 3.4 Productos audiovisuales en redes sociales
  - 3.5 Estadísticas, medición y publicación en redes sociales
- **4. Producción audiovisual para medios digitales**
  - 4.1 Etapas de los productos audiovisuales
  - 4.2 Estructura de los mensajes
  - 4.3 Formatos digitales
  - 4.4 La publicación digital
- **5. Blogs, páginas web y sitios de internet**
  - 5.1 Diferencia entre blog y pagina web
  - 5.2 El blog como recurso de comunicación

- 5.3 Selección de proyectos, videos, fotos, audio, para publicar por internet
- 5.4 Creación de un blog
- 5.5 Creación y publicación de una página de internet

### **Bibliografía:**

Armentia Vizueté José Ignacio, [et al.] (2000) *El diario digital*. Editorial Bosch. España.

Briggs, Mark (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*. J-Lab del Philip Merrill College of Journalism de la Universidad de Maryland y el Knight Citizen News Network. (La versión en español fue promovida y financiada por el Centro Knight para el Periodismo de las Américas de la Universidad de Texas en Austin).

Codina Luís, *El documento y la publicación digital: características y evaluación*. Master a Distancia Interactivo en Periodismo Digital 2000-2001. Universidad del País Vasco-Euskal Herriko Unibertsitatea.

Díaz, Javier y Salaverría, Ramón. (Coord.) (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Ariel Comunicación. España.

Franco, Guillermo. *Cómo escribir para la Web*. Centro Knight para el Periodismo de las Américas de la Universidad de Texas en Austin. 2009.

López Aguirre, José Luis (2007). "Introducción al estudio de la documentación informativa en la prensa digital de México". Cuadernos de Documentación Multimedia, núm. 18. En: <http://multidoc.rediris.es/cdm/include/getdoc.php?id=291&article=52&mode=pdf> (Consultado 20.12.2007).

\_\_\_\_\_, José Luis. *e-Periodismo. Blog dedicado al inquietante ámbito del ciberperiodismo*. En: <http://e-periodismo.blogspot.com/>

Pareja Pérez Víctor Manuel [et al.] (2003) *Guía de internet para periodistas*. Centro de Información y Documentación Científica. España.

Pérez-Luque María José (1998). *El periodismo y las nuevas tecnologías*. Newbook Ediciones.

Salaverría, Ramón. (coord.) (2005) *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.



## Asignatura: ANÁLISIS POLÍTICO

### **Objetivo general:**

Conocer las herramientas teóricas- metodológicas necesarias para el análisis de los grupos de interés, su conformación, procesos políticos y de negociación, uso de medios de comunicación y su búsqueda en el manejo de la opinión pública.

### **Contenidos mínimos:**

Unidad I. Procesos y Dinámicas.

- 1.1 El marco histórico contextual del intercambio simbólico.
- 1.2 Proceso de la modernidad.
- 1.3 Procesos de democratización.
- 1.4 Procesos de apertura económica.

Unidad II. Actores.

- 2.1 Actores sociopolíticos y discurso mediático.

Unidad III. El conflicto.

- 3.1 El conflicto como categoría analítica para el Análisis Político y los Grupos de Interés.

Unidad IV. Teorías del Análisis Político.

- 4.1 Teoría de Sistemas.
  - 4.1.1 D. Easton
  - 4.1.2 N. Luhmann
- 4.2 Teoría de las Organizaciones.
  - 4.2.1 M. Crozier
- 4.3 Teoría de los Movimientos Sociales.
  - 4.3.1 Enfoque europeo.
  - 4.3.2 Enfoque estadounidense

Unidad V. Actores sociopolíticos, movilización del discurso y su relación con la opinión pública.

5.1 Relaciones actores-medios.

5.2 La producción discursiva de los actores.

### **Bibliografía:**

1. Jiménez, Enrique. (2000) Enfoques teóricos para el análisis político, en Miklos, T. (Coord.) *Las decisiones políticas. De la planeación a la acción*. México, IFE, Siglo XXI, p. 215- 276
2. Cohen, J. L. y A. Arato, (2000)[1992] *Sociedad Civil y Teoría Política*. México, FCE.
3. Touraine, Alan. (2000) *Crítica de la modernidad*. México, FCE.
4. Sánchez Ruiz, Enrique. (2005) *Medios de comunicación y democracia. Una perspectiva histórico estructural*. Bogotá, Editorial Norma.
5. Thompson, John, (1998) *Los media y la modernidad*. España, Paidós.
6. Olvera, Alberto (coord.) (2003) *Sociedad civil, esfera pública y democratización en América Latina: México*. México, Universidad Veracruzana, FCE.
7. Castells, Manuel. (1997) La otra cara de la Tierra: movimientos sociales contra el orden global. En Castells, M. *La era de la información. Economía, cultura y sociedad. Vol. II El poder de la identidad*. México, Siglo XXI.
8. Serrano, Enrique. (2001) *Filosofía del conflicto político: necesidad y contingencia del orden social*. México, UAM-I, Porrúa.
9. Reguillo, Rossana. (1996) *La construcción simbólica de la ciudad: sociedad, desastre y comunicación*. México, ITESO.
10. Easton, David. (1969) *Esquema para el análisis político*. Buenos Aires, Amorrortu.
11. Luhmann, Niklas. (1998) *Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general*. Barcelona, Anthorpos , Universidad Iberoamericana.
12. Crozier, Michel. (1990) *El actor y el sistema: las restricciones de la acción colectiva*. México, Alianza.
13. Melucci, Alberto. (1999) *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México, El Colegio de México.
14. McAdam, McCarthy & Zald (1999) *Movimientos sociales perspectivas comparadas oportunidades políticas, estructuras de movilización y marcos interpretativos culturales*.
15. Martínez, G. y Montesinos, Rafael. (2006) “La reconstrucción del discurso político: una propuesta metodológica”, en Alarcón Olguín, V. (Coord.) *Metodologías para el análisis político. Enfoques, procesos e instituciones*. México: UAM-I, Plaza y Valdés. pp. 137-162.
16. Casas Pérez, Ma de la Luz (1999) “Análisis de los fenómenos de mediación política vistos desde el marco conceptual de la opinión pública”, en Comunicación y Sociedad, no.35, enero-junio. México: Universidad de Guadalajara. pp. 45-78.
17. Goldenberg, Edie. (1986) “Prerrequisitos para el acceso a la prensa”, en Graber, A., Dori(coomp.) *El poder de los medios en la política*. Argentina: Grupo Editor Latinoamericano. pp. 279- 287.

## Asignatura: RELACIONES PÚBLICAS Y GESTIÓN DE MEDIOS

### **Objetivo general:**

Que los estudiantes reflexionen, comprendan y valoren la importancia de las buenas relaciones públicas en una organización, que el desarrollo adecuado de las mismas, favorece de manera determinante en la imagen corporativa, así como en la productividad y rentabilidad de la misma.

### **Contenidos mínimos:**

1. Teoría de la publicidad y las relaciones públicas
2. Empresa y estructuras de la publicidad y relaciones públicas
3. Comunicación institucional y corporativa
4. Procesos psicosociales de la comunicación e información
5. Planificación de medios y soportes
6. Planeación y logística de eventos
7. Plan de medios
8. Gabinetes de prensa

### **Bibliografía:**

Vilanova Giralt, Nuria. (2013). *Micropoderes: Comunicación interna para empresas con futuro*. Ed Plataforma  
Alcat, Enrique (2012) *La Tormenta Perfecta*. Ed Deusto

**Objetivo General de la Unidad (séptimo semestre):** Conocer las diferentes perspectivas de comunicación estratégica aplicadas al diseño y análisis de campañas de comunicación en los diferentes sectores y que, al mismo tiempo, permita elaborar un protocolo de investigación que integre, de acuerdo al objeto de estudio construido, enfoques teóricos y metodológicos en comunicación estratégica.

## Asignatura: COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

### **Objetivo general:**

El estudiante conocerá el campo de la Comunicación Estratégica, su importancia y sus principales aplicaciones.

### **Contenidos mínimos:**

- 1.- De lo intuitivo a lo convencional, de lo convencional a lo estratégico.
  - 1.1.- Evolución del concepto estrategia.
    - 1.1.1.- Los orígenes militares de la estrategia.
    - 1.1.2.- La teoría de los juegos como aproximación al concepto estrategia.
    - 1.1.3.- Casos paradigmáticos de implementación de estrategia.
  
- 2.- ¿Qué es la Comunicación Estratégica?
  - 2.1.- Mosaico de definiciones.
  - 2.2.- ¿Cuándo y cómo surge la Comunicación Estratégica?
    - 2.2.1.- Causas políticas y sociales.
    - 2.2.2.- Cambios culturales en lo local y lo global.
      - 2.2.3.- El cambio en el uso de los medios y la transformación de las audiencias.
    - 2.2.4.- La sociedad de consumo como escenario de la comunicación estratégica.
    - 2.2.5.- El arribo de la era digital.
  
- 3.- La Comunicación Estratégica como Comunicación Integral.
  - 3.1.- El Marketing.
  - 3.2.- La Publicidad
  - 3.3.- El Desarrollo Organizacional.
  - 3.4.- El Lobby.
  - 3.4.- Las Relaciones Públicas.
  - 3.5.- La Comunicación Corporativa.
  - 3.6.- La Ley de la Diferenciación.

- 4.- La Comunicación Estratégica en el contexto actual.
  - 4.1.- Comunicación Estratégica en la empresa.
  - 4.2.- La Comunicación Estratégica en las instituciones.
  - 4.3.- La Comunicación Estratégica en organizaciones del tercer sector.
  - 4.5.- La Comunicación Estratégica para el cambio.
  - 4.6.- Comunicación Estratégica en la política.

5.- Comunicación Estratégica y Benchmarking.

6.- Comunicación de Crisis.

- 6.1.- Tipos de crisis.
- 6.2.- El papel del comité de crisis
- 6.3.- El vocero.
- 6.4.- Las etapas de la crisis.
- 6.5.- La exitosa gestión de crisis.

7.- Auditoría de la comunicación en las organizaciones.

- 7.1.- Técnicas de diagnóstico.
- 7.2.- Lo evaluable.
- 7.3.- Estructura del diagnóstico.

8.- El plan de comunicación estratégico.

- 8.1.- Planteamiento
- 8.2.- Estructura.
- 8.3.- Mapa de públicos.
- 8.4.- Objetivos estratégicos.
- 8.5.- Gestión de mensaje.
- 8.6.- Productos de comunicación.

**Bibliografía:**

- 1.- Alan, C. (2006). *Planning, cómo hacer el planeamiento estratégico de las comunicaciones*. México: Cengage Learning Editores.
- 2.- Barker, M. y I. Barker (2015) *Marketing para medios sociales: un planteamiento estratégico*. México: Limusa.

- 3.- Barquero Cabrero, J. (2002) *Comunicación y relaciones públicas: de los orígenes históricos al nuevo enfoque de planificación estratégica*. Madrid: McGraw-Hill.
- 4.- Barranco Sáiz, F. (2010) *Marketing político y electoral*. Madrid: Esic.
- 5.- Carrillo, J.M. (2014). *Manual de Autodiagnóstico estratégico*. España: Alfaomega.
- 6.- Clown, K. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing*. México: Pearson & Prentice Hall.
- 7.- Carvallo, A., y Tironi, E. (2008). *Comunicación Estratégica. Vivir en un mundo de señales*. Chile: Taurus.
- 8.- Costa, J. (2001). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía.
- 9.- Garrido, F. J. (2004). *Comunicación estratégica. Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI*. México: Gestión 2000.
- 10.- Jenkins, Henry. (2010). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- 11.- Lozada, J.C. (2006). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. España: Ariel.
- 12.- Manucci, M. (2008). *El impacto corporativo: diseño estratégico de la comunicación en la complejidad del contexto actual*. Buenos Aires: La Crujía.
- 13.- Maqueira Marín, J. (2009). *Marketing 2.0: el nuevo Marketing en la Web de las Redes Sociales*. México: Alfaomega.
- 14.- Massoni, S. (2011) *Comunicación estratégica: comunicación para la innovación*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones
- 15.- Pérez González, R. (2009). *Hacia una teoría general de la estrategia: el cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones*. Barcelona: Ariel.
- 16.- Pérez, A. (2007). *Estrategias de Comunicación*. España: Ariel.
- 17.- Rebelli, M.A. (Coord.). (2006). *Comunicación estratégica en las organizaciones*. México: Trillas.

## Asignatura: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

### **Objetivo general:**

Que el estudiante elabore un proyecto de investigación viable, con sentido social y de acuerdo a los parámetros de la tradición de investigación social relacionado al ámbito profesional de la Comunicación Estratégica.

### **Contenidos mínimos:**

#### **Unidad I**

**Tema 1.** Introducción a la investigación en la sociedad contemporánea

**Tema 2.** Selección del tema de investigación

- A. Selección del tema del proyecto
- B. Justificación del tema de investigación
- C. Utilidad social de la investigación

**Tema 3.** Planteamiento del problema de investigación

- A. Problematización
- B. Delimitación del objeto de estudio
- C. Preguntas de investigación
- D. Planteamiento de hipótesis

**Tema 4.** Antecedentes y justificación

#### **Unidad II. Fundamentación teórica**

**Tema 1.** Revisión de las principales corrientes teóricas que han abordado el tema seleccionado

**Tema 2.** Selección de la o las principales corrientes teóricas que se utilizarán para la investigación

**Tema 3.** Selección de los conceptos clave para la investigación

**Tema 4.** Discusión grupal de algunas de las principales corrientes teóricas que influyen actualmente en los estudios de comunicación

#### **Unidad III. Metodología y formalidades del proyecto de investigación**

**Tema 1.** Selección de la estrategia metodológica

**Tema 2.** Revisión de las metodologías cuantitativas y de las metodologías cualitativas

**Tema 3.** Selección de las técnicas de recolección de datos y las técnicas de análisis de datos que se usaran en la investigación

**Tema 4.** Elaboración de un cronograma

**Tema 5.** Revisión de los sistemas de citas

**Bibliografía:**

Castoriadis, Cornelius (1997) *El avance de la insignificancia*, Anagrama, Buenos Aires.

Castells, Manuel (2010) *Comunicación y poder*, Alianza Editorial Barcelona. Grandi,

Dieterich, Heinz. (1997) *Nueva guía para la investigación científica*. Ariel. México

Eco, Humberto (2000). *Cómo se hace una tesis*. Gedisa. Barcelona  
*información, publicidad, entretenimiento y su consumo*. Bosch. Barcelona.

Igartua Perosanz, Juan José (2006) *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch. Barcelona

Jensen, K.B. / Jankowski, N.W. (Eds.) (1993) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Bosch. Barcelona

Grandi, Roberto (1995) *Texto y contexto en los medios de comunicación. Análisis de la información, publicidad, entretenimiento y su consumo*. Bosch. Barcelona

Sampieri Hernández, Roberto et al (2005), *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill. Bogotá, Colombia.



## **Asignatura: MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INTERVENCIÓN EN LAS ORGANIZACIONES**

### **Objetivo general:**

Evaluar la conducta del ser humano y sus experiencias en el contexto del trabajo y la organización desde una perspectiva individual, grupal y organizacional, describiendo, explicando y prediciendo estas conductas, pero también detectando problemas concretos que aparecen en estos contextos para ayudar a mejorar el rendimiento y la productividad así como potenciar el desarrollo personal y la calidad de vida laboral de los empleados en el trabajo. Además que el estudiante conozca, comprenda, aplique y traduzca las herramientas e instrumentos necesarios que le ayuden a llevar a cabo un trabajo de campo dentro de cualquier tipo de organización, con la finalidad de realizar intervenciones y diagnosticar verazmente al hacer estudios de Comunicación Organizacional.

### **Contenidos mínimos:**

Las competencias organizacionales.

Análisis de puestos

Evaluación del personal

3.1 Estilos de Aprendizaje.

3.2 Egograma.

3.3 Inteligencias Múltiples.

3.4 Inteligencia Emocional.

3.5 Evaluación de actitudes en el trabajo.

4. Análisis y mejora de métodos

5. Técnicas de formación del personal.

6. Evaluación de la Ergonomía

7. Medición del clima organizacional.

### **Bibliografía:**

Bartoli, Annie (2008), *Comunicación y Organización*, Barcelona, Ediciones Paidós,

Fernández Collado, Carlos (1997), *La Comunicación en las Organizaciones*, México, Editorial Trillas,

León Carreño, María Isabel (1998), *Gestión Universitaria –sistema de Información y Comunicación Factores Endógenos y Exógenos.*

Martínez De Velazco, Alberto (1995), *Comunicación Organizacional Práctica*, México, Editorial Trillas

Nosnik, Abraham, "El análisis de sistemas de comunicación en las organizaciones", en Fernández Collado, Carlos (1997) *La comunicación en las organizaciones*, Trillas, México, 1997

Nosnik, Abraham (1996), *Comunicación y Gestión Organizacional*, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Facultad de Comunicación Social.

Senge, Peter (2007). *La Quinta Disciplina*. Ed Granica

## Asignatura: CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN

### **Objetivo general:**

Que el estudiante aprenda a diseñar e implementar campañas de comunicación en las instituciones públicas, las instituciones privadas y el sector social. Estas campañas deberán estar adecuadas al contexto social en el que se realizarán.

### **Contenidos mínimos:**

#### **Unidad I.** Tipos de campañas

- A) Características de las campañas de marketing comercial
- B) Características de las campañas de marketing político
- C) Características de las campañas de difusión

**Unidad II.** Exploración del público objetivo; análisis FODA; Delimitación del target; diseño de una estrategia de comunicación; diseño de un plan estrategico de campaña.

#### **Unidad III.** Principios fundamentales de la publicidad

**Unidad IV.** Elaboración de materiales publicitarios para diferentes etapas: posicionamiento, propuestas, diferenciación, cierre...

**Unidad V.** Diseño de una estrategia de medios digitales. Diseño de productos publicitarios para diferentes plataformas: página Web, YouTube, redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Periscope...), etc.

**Unidad VI.** Programación de mensajes en medios tradicionales; programación de mensajes en redes sociales.

**Unidad VII.** Monitoreo de las campañas en medios y análisis del *feedback* de las audiencias

### **Bibliografía:**

Flores Rico, Carlos (2000) *Es la estrategia estúpido*, Nuevo Siglo XXI, México.

- Dave Chaffey et al (2009) *Internet Marketing. Strategy, Implementation and Practice*. Fourth Edition. Financial Times. Prentice Hall. Pearson Education. London.
- Jantsch, John (2010) *Let's talk. Social Media for Small Business*. Microsoft Office Live Small Business. Ebook.
- Kenski et al (2010) *The Obama victory, how media, Money, and message shaped the 2008 election*, Oxford University Press. New York.
- Morris, Dick (2003) *Juegos de poder*, Editorial El Ateneo. Buenos Aires.
- Mourad, Rafael (2008) *Guía básica para entender la Política 2.0. 100 ideas y 34 recomendaciones para una Ciber campaña*. Polibyte.wordpress.com. Ebook.
- Paván, Barbara et al (2012) *Las mejores prácticas en redes sociales para empresas: guía y casos de éxito*. Hipertextual-Movistar. Ebook
- Sanagustin, Eva et al (2009) *Del 1.0 al 2.0 claves para entender el nuevo marketing*. Bubook Publishing. Ebook.

## Asignatura: SEMINARIO DE IDENTIDAD E IMAGEN INSTITUCIONAL

### Objetivo general:

El estudiante conocerá la importancia de la imagen e identidad en las instituciones y el papel de la comunicación en la creación, promoción y gestión de las mismas.

### Contenidos mínimos:

#### 1.- *Concepto de Imagen.*

- 1.1.- Definición.
- 1.2.- Tipos de imagen.
- 1.3.- Proceso de construcción de la imagen.
- 1.4.- Imagen como concepto de emisión.
- 1.5.- La imagen como valor diferenciador.

#### 2.- *La Imagen como valor estratégico.*

- 2.1.- Ventajas de la Imagen Corporativa.
- 2.2.- Análisis y definición de la identidad corporativa.

#### 3.- *Identidad Institucional.*

- 3.1.- Definición e Importancia.
- 3.2.- Análisis y definición de la identidad corporativa.
- 3.3.- Los elementos visuales de la Identidad.
- 3.4.- Logotipos, emblemas, símbolos, lemas.
- 3.5.- Signos de la identidad corporativa ( lingüística, icónica, cromática).

#### 4.- *Planes, manuales y guías.*

4.1.- Manual de Identidad Corporativa, libro de estilo, plan de comunicación.

#### 5.- Las Marcas.

- 5.2.1.- Imagen de marca.
- 5.2.2.- Creación de la marca.

- 5.2.3.- Las marcas globales.
- 5.2.4.- La experiencia del consumo.

#### 6.1.- Definición.

- 6.2.- Los intangibles en las organizaciones.
- 6.3.- La gestión de la reputación.
- 6.4.- La diferencia entre Imagen y reputación.
- 6.5.- Efectos e importancia de una buena reputación.

#### 7.- Los *Stakeholders* de la Institución.

- 7.1.-Definición.
- 7.2.- Tipos de *Stakeholders*.
- 7.3.- Mapa de *Stakeholders*.
- 7.4.- Responsabilidad Social Corporativa.
- 7.5.- Gestión de Crisis.

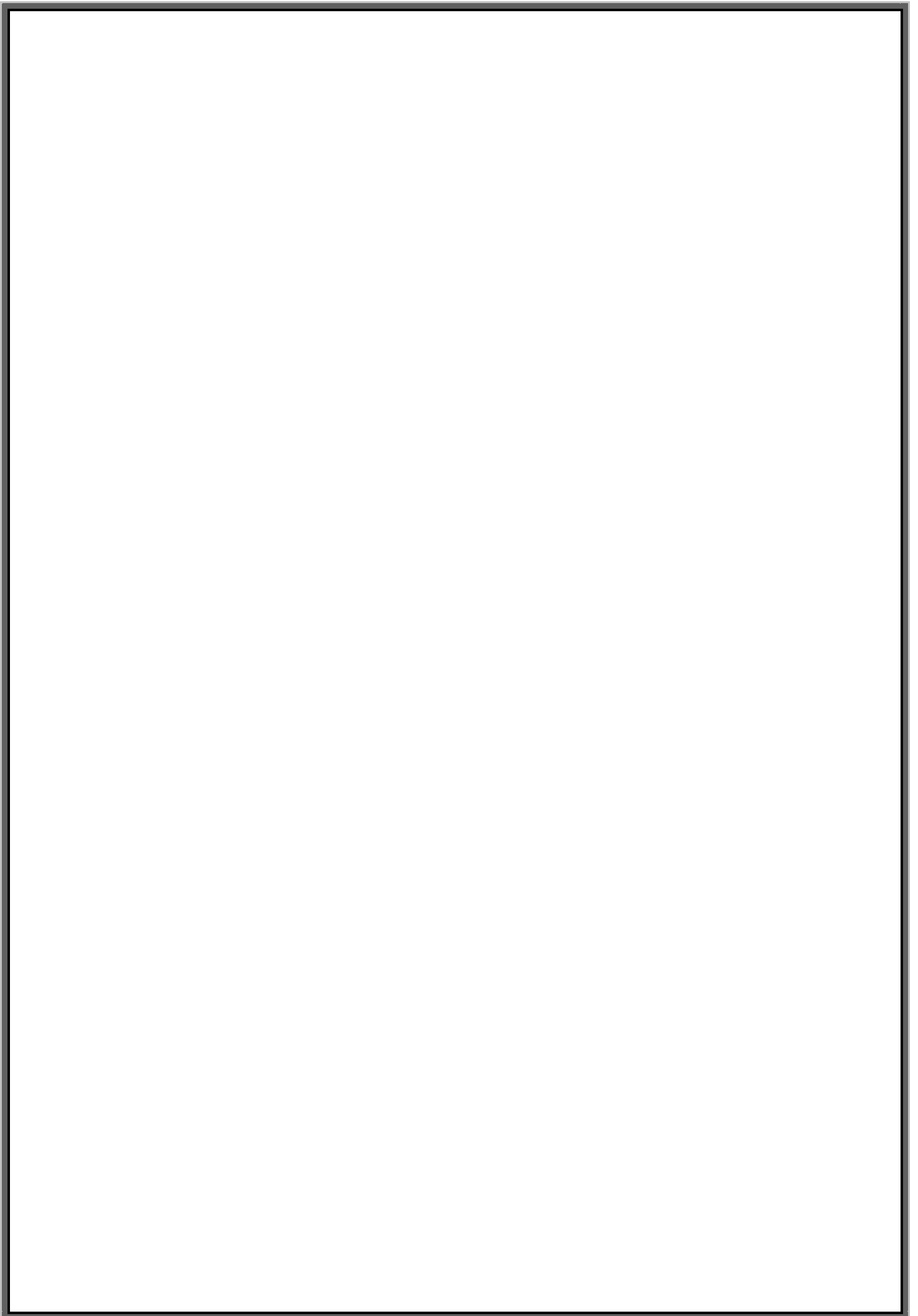
#### 8.- Imagen Digital Corporativa.

- 8.1.- La importancia de la imagen digital corporativa.
- 8.2.- La Web institucional.
- 8.3.- Las Redes Sociales.

#### 9.- Plan de Identidad e Imagen corporativa.

### **Bibliografía:**

- 1.- González, M.A., y Sanz, M.A., (2014). *Identidad Corporativa*. España: Alfaomega.
- Gordoa, Victor. (2007). *Imagología*. México. De Bolsillo.
- 2.- Herrera, J.S. (2014). *Imagen Corporativa*. España: Alfaomega.
- 3.- Kubr, Milán. (2009). *La consultoría de empresas*.
- 4.- Lozada, José Carlos. (2005). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Madrid. Ariel Comunicación.
- 5.- Pérez, Alberto. (2007). *Estrategias de Comunicación*. España. Ariel Comunicación.
- 6.- Rebeil, Ma. Antonieta. (2008). *Comunicación estratégica en las organizaciones*. México. Trillas.
- 7.- Saló, Nuria. (2009). *Aprender a comunicarse en las organizaciones*. México. Paidós.
- 8.- Tironi, Eugenio. (2007). *Comunicación estratégica*. Chile. Taurus
- 9.- Villafañe, Justo. (2005). *La buena reputación*. Madrid. Pirámide



## Asignatura: CULTURA DE INTERNET

### Objetivo general:

El estudiante comprenderá cómo funcionan las principales aplicaciones de la Internet Social para que pueda participar en el entorno digital.

### Contenidos mínimos:

Cultura de internet en el siglo XXI

Principales aplicaciones de la Internet social (mashups, servicios de mensajería, noticias, blogosfera)

Participación en estrategias digitales

Narrativas transmedia para campañas de marketing social

Participación en redes sociales digitales

### Bibliografía:

Jenkins, Henry (2008). *Convergence culture*. Paidós. Barcelona

Castells, Manuel (2001). *Galaxia internet*. Areté. Barcelona.

Cobo Romaní, Cristóbal y Hugo Pardo Kuklinski (2008). *Planeta Web 2.0, Inteligencia colectiva o medios Fast food*. FLACSO. México.



## ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN PROFESIONAL “PRODUCCIÓN EN MEDIOS AUDIOVISUALES”

**Objetivo General de la Unidad (sexto semestre):** El estudiante adquirirá los conocimientos teóricos, las destrezas y habilidades de los procesos y tendencias de la comunicación audiovisual que lo capaciten para producir mensajes audiovisuales efectivos, y a su vez, hacer un análisis crítico de cualquier fenómeno comunicativo audiovisual.

### Asignatura: ANÁLISIS DEL DISCURSO AUDIOVISUAL

#### **Objetivo general:**

Que el estudiante disponga de criterios conceptuales y metodológicos que posibiliten una reflexión y a la vez la implementación de estrategias discursivas en el análisis de los medios de digitales y audiovisuales.

#### **Contenidos mínimos:**

##### UNIDAD I

- 1.1 Introducción al discurso
- 1.2 La percepción visual
- 1.3 Las representaciones icónicas

##### UNIDAD II

- 2.1 Las representaciones de las imágenes
- 2.2 La imagen es un texto
- 2.3 Niveles productivos del texto visual
  - 2.3.1 Nivel de producción de la imagen
    - Niveles sintagmáticos
    - Niveles intertextuales
    - El mecanismo tópico
    - El género como mecanismo macrotextual
- 2.4 Estructuras de la imagen
- 2.5 la imagen en movimiento
- 2.6 Leer como ver y mirar
- 2.6 Enfoque como ver del lector

2.6.1 enfoque fotográfico

2.6.2 enfoque perceptivo

2.6.3 enfoque retórico

2.6.4 enfoque lingüístico

2.6.5 enfoque semiótico

### UNIDAD III La lectura de la imagen

#### 3.1 La lectura de la imagen periodística

3.1.1 La fotografía de prensa

3.1.2 La fotografía de Enrique Metinides

#### 3.2 La imagen en televisión

3.2.1 La imagen televisiva y estructura informativa

3.2.2 Símbolos y efectos visuales en la información televisiva

#### 3.3 La imagen cinematográfica

3.3.1 La imagen en movimiento

3.3.2 El tercer sentido en el cine

3.3.3 El sintagma del film

#### **Bibliografía:**

Barthes, R. (1992) *Lo obvio y lo obtuso*. España. Edit Paidos

Baudrillard, J. (1998) *Cultura y simulacro*, España. Edit. Kairos

Deleuze, G. (1984) *La imagen en movimiento: Estudios sobre cine*. Barcelona. España. Edit. Paidos

Gubern, R. (2001) *El eros electrónico*

Gubern, R. (1998) *La mirada opulenta*. Barcelona, España, edit. Gustavo Gilli

Urresti, M. (2007) *Ciberculturas Juveniles*. Buenos Aires. Argentina, edit. La Crujía

Van Dijk, T. (2000) *El discurso como estructura y proceso*, Madrid. Edit Gedisa

Vilches L. (2000) *La lectura de la imagen*. España, Edit. Paidos

## Asignatura: Metodología del Lenguaje Audiovisual

### **Objetivo general:**

Diseñar proyectos de investigación aplicando el proceso y las etapas de métodos audiovisuales para resolver problemas relacionados con el contexto y la realidad social del fenómeno comunicativo mediático - virtual.

### **Contenidos mínimos:**

- Metodología del análisis de la imagen: Metodología cuantitativa y cualitativa en la comunicación audiovisual
- Método de análisis textual fotográfico: Análisis denotativo y connotativo, coherencia visual y retórica de la imagen fotográfica
- Metodología de la fotografía periodística: Análisis discursivo: Construir el acontecimiento y la noticia como discurso
- Metodología del análisis icónico en video: Análisis tricotómico (Peirce, Umberto Eco)
- Metodología de la imagen televisiva: Análisis actancial, mediación televisiva
- Metodología de la imagen cinematográfica : Análisis sintagmático, imagen movimiento y análisis psicoanalítico del film
- Metodología de la imagen en plataformas digitales: etnografía virtual, conversación virtual, isotopías visuales en : videos, memes, infografías, autorretratos, etc.

### **Bibliografía:**

- Barthes, R. (1999) *Cámara Lucida*. México. Editorial Paidós  
(2000) *Lo obvio y lo obtuso*. México. Editorial Paidós
- Galindo, J. (coord.) (2000) *Técnicas de Investigación en cultura sociedad y comunicación*, México, Edit. Pearson  
(coord.) (2008) *Comunicación, Ciencia e Historia*. México. Edit. McGraw Hill
- Gubern, R. (2000) *La Mirada opulenta*. España. Editorial Gustavo Gili
- Hine, C. (2004) *Etnografía virtual*. España. Editorial UOC

## Asignatura: GUIÓN DE FICCIÓN

### Objetivo general:

El estudiante desarrollará los conocimientos y habilidades necesarios para el análisis y redacción de guiones de ficción para cine, radio y televisión.

### Contenidos mínimos:

- Elementos de la estructura dramática
- Desarrollo de personajes
- Desarrollo de la historia
- La estructura dramática y el medio
- El proceso de adaptación
- Sinopsis, tratamiento y división de escenas.
- Redacción del guión
- Formatos de guión

### Bibliografía:

- Brandy, J. (1995) *El oficio del guionista: entrevista con cuatro prestigiosos guionistas*. Barcelona: Gedisa
- Chion, M. (2006) *Cómo se escribe un guión*. (Undécima ed.) Madrid: Ediciones Cátedra.
- Davis, R. (2004) *Escribir guiones: desarrollo de personajes*. Barcelona: Paidós Manuales de escritura.
- De la Torre, G. (2005) *El guión: modelo para armar*. (2da. Ed.) México, D. F.: Ficticia
- Di Maggio, M. (1992) *Escribir para televisión: cómo elaborar guiones y promocionarlos en las cadenas públicas y privadas*. Barcelona: Paidós.
- Feldman, S. (1999) *El director de cine: técnicas y herramientas*. Barcelona: Gedisa
- Field, Syd. ((2002) *El manual del guionista*. Madrid: Plot
- Field, S. (2002) *El libro del guión*. Madrid: Plot
- Field, S. (2000) *Prácticas con 4 guiones*. (2da. Ed.) Madrid: Plot Ediciones
- Field, S. (2004) *Cómo mejorar un guión*. (2da. Ed.) Madrid: Plot Ediciones
- Forero, Ma. Teresa. (2002) *Escribir televisión. Manual para guionistas*. México, D. F.: Paidós
- Guerin, Anne. (2004) *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós.
- Hilliard, Robert. (2000) *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. México: Thomson
- Howard, J. (1986) *Teoría y práctica del guión cinematográfico*. México:UNAM

Linares, Marco Julio. (2002) *El guión: elementos formatos y estructuras*. (6ta ed.) México: Pearson education.

Maza, M. y Cervantes de Collado, C. (2004) *Guión para medios audiovisuales. Cine, radio y televisión*. México: Pearson Educación

McKee, Robert. (2009) *El guión. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba Minus

McGrath, Declan y Mcdermottt, Felim. (2003) *Guionistas, Cine*. Singapur: Océano.

Onaindia, Mario. (1996) *El guión clásico de Hollywood*. Barcelona: Paidós

Ortiz y Marchamalo. (2000) *Técnicas de comunicación en radio*. Barcelona: Paidós.

Seger, L. (1999) *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Madrid: RIALP

## Asignatura: PRODUCCIÓN DE MEDIOS DIGITALES

### **Objetivo general:**

El estudiante conocerá el impacto de la tecnología en la sociedad y buscar nuevas alternativas de comunicación, se apoyará en estas nuevas plataformas de comunicación para extender sus mensajes, utilizando la tecnología de la información y comunicación. Sabrá crear, interpretar y medir los mensajes de las nuevas herramientas de comunicación.

### **Contenidos mínimos:**

- **2. Impacto de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación**
  - 2.1.- La prensa digital
  - 2.2.- Radio en Internet
  - 2.3.- La televisión en el mundo digital.
  
- **3. Redes sociales**
  - 3.1 Uso adecuado e inadecuado, ventajas y desventajas de las redes
  - 3.2 Usuarios de redes sociales
  - 3.3 Comunicación dentro de redes
  - 3.4 Productos audiovisuales en redes sociales
  - 3.5 Estadísticas, medición y publicación en redes sociales
  
- **4. Producción audiovisual para medios digitales**
  - 4.1 Etapas de los productos audiovisuales
  - 4.2 Estructura de los mensajes
  - 4.3 Formatos digitales
  - 4.4 La publicación digital
  
- **5. Blogs, páginas web y sitios de internet**
  - 5.1 Diferencia entre blog y pagina web
  - 5.2 El blog como recurso de comunicación

- 5.3 Selección de proyectos, videos, fotos, audio, para publicar por internet
- 5.4 Creación de un blog
- 5.5 Creación y publicación de una página de internet

### **Bibliografía:**

Armentia Vizueté José Ignacio, [et al.] (2000) *El diario digital*. Editorial Bosch. España.

Briggs, Mark (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*. J-Lab del Philip Merrill College of Journalism de la Universidad de Maryland y el Knight Citizen News Network. (La versión en español fue promovida y financiada por el Centro Knight para el Periodismo de las Américas de la Universidad de Texas en Austin).

Codina Luís, *El documento y la publicación digital: características y evaluación*. Master a Distancia Interactivo en Periodismo Digital 2000-2001. Universidad del País Vasco-Euskal Herriko Unibertsitatea.

Díaz, Javier y Salaverría, Ramón. (Coord.) (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Ariel Comunicación. España.

Franco, Guillermo. *Cómo escribir para la Web*. Centro Knight para el Periodismo de las Américas de la Universidad de Texas en Austin. 2009.

López Aguirre, José Luis (2007). "Introducción al estudio de la documentación informativa en la prensa digital de México". Cuadernos de Documentación Multimedia, núm. 18. En: <http://multidoc.rediris.es/cdm/include/getdoc.php?id=291&article=52&mode=pdf> (Consultado 20.12.2007).

\_\_\_\_\_, José Luis. *e-Periodismo. Blog dedicado al inquietante ámbito del ciberperiodismo*. En: <http://e-periodismo.blogspot.com/>

Pareja Pérez Víctor Manuel [et al.] (2003) *Guía de internet para periodistas*. Centro de Información y Documentación Científica. España.

Pérez-Luque María José (1998). *El periodismo y las nuevas tecnologías*. Newbook Ediciones.

Salaverría, Ramón. (coord.) (2005) *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

## Asignatura: PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

### **Objetivo general:**

El estudiante conocerá el proceso de producción audiovisual, el personal humano y formatos de los programas televisivos para desarrollar adecuadamente el trabajo de producciones en actividades académicas

### **Contenidos mínimos:**

1. La televisión como medio
  - 1.1 Ventajas y desventajas de la televisión
  - 1.2 Transmisión de la televisión
  - 1.3 Objetivos de la televisión
  
2. Etapas de la producción audiovisual
  - 2.1 Preproducción
  - 2.2 Producción
  - 3.3 Postproducción
  
3. Lenguaje audiovisual
  - 3.1 Guión de televisión
  - 3.2 Partes de la cámara
  - 3.3 Encuadre, toma, secuencia
  - 3.4 Esquema básico de iluminación
  
4. Géneros televisivos
  - 4.1 Programas Informativos
  - 4.2 Programas Culturales, divulgativos
  - 4.3 Programas de entretenimiento
  - 4.4 Programas de ficción
  
5. Producción en estudio
  - 5.1 Programas en vivo
  - 5.2 Programas falso vivo
  - 5.3 Diseño visual de programa en vivo



6. Producción en locación (circuito cerrado)

6.1 Equipo básico de circuito cerrado

6.2 Montaje de circuito cerrado

6.3 Plan de producción en exterior

**Bibliografía:**

González Treviño, Jorge. *Televisión y Comunicación*. Ed. Pearson

Zettl, Herbert. *Manual de Producción de Televisión*. Ed. Thomson

Hersh, Carl. *Producción televisiva*. Ed. Trillas

Raúl de Victoria. *Producción de televisión*. Ed. Trillas

Linares, M. *El guión*. Ed. Pearson

Lourdes Adame, *Guionismo*. Ed. Diana

Bachman, John. *Como usar materiales audiovisuales*. Ed. Diana. México, s/f.

Durandin, G. (1995). *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Paidós. España.

Brown (1997). *El Guión Multimedia*. Anaya Multimedia

Bou Bouzá, Guillem (1997). *Multimedia Systems Design*. Prentice-Hall

Miller, D. (1997). *The Business Week Guide to Multimedia Presentations*. McGraw Hill

## Asignatura: PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

### Objetivo general:

El estudiante adquirirá los conocimientos necesarios acerca de los elementos expresivos del lenguaje radiofónico, con la finalidad de aplicarlos directamente en la producción de diversos programas de radio en cada uno de los géneros existentes, con particular énfasis en el diseño y la producción de un noticiario radiofónico.

### Contenidos mínimos:

1. La responsabilidad social de la radio en la sociedad contemporánea.
2. La radio pública y los retos del presente
3. Características esenciales de la sustancia significativa de la radio.
4. Los géneros radiofónicos y su expresión como lenguaje.
5. Las etapas de la producción del discurso radiofónico en las diversas plataformas.
6. La radio digital y el potencial expresivo de la modernidad.
7. La evolución de la radio como lenguaje: el radio arte.
8. El desafío del lenguaje posmoderno de la radio.

### Bibliografía:

Albert, Pierre. Tudesq, André-Jean (1982). *Historia de la radio y la televisión*. Breviarios del Fondo de Cultura Económica. 1ª edición. México.

Camacho, Lidia (1999). *La imagen radiofónica*. Edit. Mc Graw Hill. México.

Cebrián Herreros, Mariano (1995). *Información radiofónica. Mediación, técnica, tratamiento y programación*. Edit. Síntesis / Periodismo. España.

Ortiz, Miguel Angel y Volpini, Federico (1995). *Diseño de programas de radio. Guiones, géneros y fórmulas*. Edit. Paidós. Papeles de comunicación. España.

Rebeil Corella, María Antonieta, Alva de la Selva, Alma Rosa y Rodríguez Zárate, Ignacio (1989). *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio*. Edit. Trillas. México.

Vilar, Josefina (1988). *El sonido de la radio. Ensayo teórico-práctico sobre producción radiofónica*. Edit. Plaza y Valdéz. UAM, Xochimilco e IMER. México.

Vitoria, Pilar (1998). *Producción radiofónica. Técnicas básicas*. Editorial Trillas. México.

**ASIGNATURA: LENGUA EXTRANJERA (INGLÉS) VI**

**EJE: UNIVERSITARIO**

**Objetivo general:** Entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización. Saber relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de ninguno de los interlocutores. Producir textos claros y detallados sobre temas diversos así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones.

**Contenidos mínimos:**

- Se desarrollarán las cuatro habilidades lingüísticas, el vocabulario y la gramática alrededor de estos temas, de acuerdo al nivel de competencia correspondiente.

* comunicación	* trabajo y empleo	* estilos de vida	* temas ambientales
* lenguaje	* ganarse la vida	* vacaciones	* salud
* gestos	* asuntos de dinero	* viajes	* hábitos de comida
* sentimientos	* vivienda	* historia	* etapas en la vida
* emociones	* artículos de casa	* figuras históricas	
* la felicidad	* tendencias	* educación	

**Bibliografía básica:**

El método que sea seleccionado

**Objetivo General de la Unidad (séptimo semestre):** El estudiante desarrollará la capacidad de diseñar proyectos de investigación para resolver problemas relacionados con el contexto y la realidad social del fenómeno comunicativo mediático virtual y a la vez realizará producciones audiovisuales en distintos géneros y formatos con los que podrá trabajar de manera independiente o en medios de comunicación, plataformas digitales o empresas productoras.

## Asignatura: COMUNICACIÓN Y MEDIACIÓN DIGITAL

**Objetivo general:** Fundamentar y solucionar casos de comunicación digital por medio de las habilidades de análisis, desarrollo social y económico, aplicándolas en proyectos y actividades digitales, con el dominio y control específico de las herramientas mediáticas así como la crítica social.

### Contenidos mínimos:

1. Medios analógicos y digitales
2. Globalización y cultura digital
3. Sociedad económica global y cultura económica digital
4. La crítica tecnológica hacia la información y la comunicación
5. Los medios digitales y su aplicación a la comunicación

### Bibliografía:

- Carr, Nicholas (2010) *¿Qué está haciendo el internet con nuestras mentes?* Simplex. Editorial Taurus
- \_\_\_\_\_ (2014) *Atrapados*, Editorial Taurus
- Jenkins, Henry. (2006) *Convergencia Cultural*. Barcelona Paidós
- Castells, Manuel. (2009) *Comunicación y Poder*. Madrid. Editorial Alianza Editorial.
- Morduchowicz, Roxana (2012) *Los adolescentes y las redes sociales*. Argentina. Editorial Fondo de Cultura Económica
- Reguillo, Rossanascolari (2010) *Navegaciones errantes*
- Scolari, Carlos. (2008) *Hipermediaciones*. Barcelona. Editorial Gedisa
- Sierra, Francisco (2013) *Ciudadanía, tecnología y cultura: Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. España. Edit. Gedisa
- Yus, Francisco. (2010) *Ciberpragmática 2.0* España. Editorial Ariel

## Asignatura: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

### **Objetivo general:**

El estudiante aplicará los conocimientos teórico-metodológicos en la elaboración y presentación de un protocolo de investigación relacionado al ámbito profesional de la Comunicación Audiovisual.

### **Contenidos mínimos:**

#### **UNIDAD I**

##### **METODOLOGÍAS PARA EL ESTUDIO DE PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN**

Características del problema de estudio: dificultades para su delimitación (delimitación del problema)

Análisis multidisciplinario (Marco teórico)

Articulación de postulados y perspectivas conceptuales

Aplicación de escuelas y corrientes teóricas de comunicación en un proyecto de comunicación

Diagnóstico de caso y paradigmas de evaluación

#### **UNIDAD II**

##### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1 Selección de instrumentos de recolección de datos

3.2 Evaluación de los instrumentos de recolección de datos

3.3 Elaboración de muestra o población

3.4 Delimitación del área de estudio

#### **UNIDAD III**

##### **RECOLECCIÓN DE DATOS**

4.1 Diseño de instrumentos

4.2 Plan de trabajo

4.3 Calendarización de recolección de datos

4.4 Trabajo de campo

#### **UNIDAD IV**

## INTERPRETACIÓN DE DATOS

Aplicación de estadística y gráficas

Análisis cualitativo

Análisis cuantitativo

Cruce de información

Comparación de datos

Elaboración de tablas comparativas

Presentación de resultados

Elaboración de conclusiones

### **Bibliografía:**

Aranzueque, Gabriel (ed) (2010) *Ontología de la distancia: filosofías de la comunicación en la era telemática*. Madrid. Editorial Abada

Galindo, Jorge. ( coord.) (2000) *Técnicas de Investigación en cultura sociedad y comunicación*, México, Edit. Pearson

\_\_\_\_\_ (coord.) (2008) *Comunicación, Ciencia e Historia*. México. Edit. McGrawHill

Jensen, Klaus. (2014) *La comunicación y los medios: metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. México. Editorial Fondo de Cultura Económica

Mattelart, A. (2000) *Historias de teorías de la comunicación*. Barcelona. España. Edit. Paidós

Orozco, Guillermo. y González, Raúl (2012) *Una coartada metodológica: abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México. Editorial Tintable

Peimbert, R. (2007) *Comunicación para el desarrollo en México*. Michoacán, México. Edit Universidad Latina de América

Hernández, Fernández y Baptista (2010) *Metodología de la investigación*. México, Editorial Mc Graw Hill

Tamayo, Mario. (2005) *El proceso de la investigación científica*, México, Edit. Limusa

Vilches, Lorenzo. (2012) *La investigación en comunicación: Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona. Editorial Gedisa

## Asignatura: FOTOGRAFÍA COMERCIAL

### **Objetivo general:**

Conocer los principios básicos de la fotografía comercial y publicitaria para aplicar algunas técnicas de la fotografía para crear mensajes gráficos publicitarios efectivos, y a su vez poder analizar mensajes fotográficos ya realizados.

### **Contenidos mínimos:**

#### 1.- Clasificación de la fotografía según su uso

Fotografía en la vida diaria.

Fotografía periodística.

Fotografía documental.

Fotografía Comercial y publicitaria.

#### 2.- Repaso de los Componentes técnicos y de creación básicos en la fotografía

Componentes Básicos de la cámara fotográfica

Objetivos

Diafragma, obturador e ISO.

Exposición correcta de la luz

Técnicas de fotografía (barridos, congelados, profundidad de campo)

Composición fotográfica

#### 3.- Foto publicitaria y gramática de la imagen.

El cliente: foto comercial para personas y para empresas

Venta de servicios vs venta de productos.

Cotización de los trabajos fotográficos

Naturaleza de la fotografía publicitaria.

¿Cómo diseñar una fotografía?

Tipos de fotos publicitarias

Identidad imagen -marca

La creatividad y el impacto AIDA

Retórica en el lenguaje de la fotografía publicitaria



Desarrollar un estilo fotográfico (el contenido y el carácter)

Creación de la empresa fotográfica

#### 4.- Luz e iluminación

¿Qué es la luz y su uso en la fotografía?

Características básicas de la luz (calidad, dirección, color, forma)

Uso de la luz natural y la luz disponible en la fotografía comercial

Uso del flash de la cámara (incorporado y flash fuera de la cámara)

Fotografía de estudio (texturas, sombras, intención)

#### 5. Grandes temas de la fotografía comercial

Retrato (trabajo con modelos, fotos de personas, de grupos)

Paisaje (fotografía de paisajes urbanos, edificios, naturaleza)

Bodegón (productos, naturaleza muerta, comida)

#### 6-. Retoque digital

Principios avanzados de retoque digital.

Formato RAW (revelado digital) avanzado.

La tipografía y la imagen (el diseño gráfico y su influencia en la foto comercial)

Principios éticos y uso del retoque digital en la fotografía comercial

#### **Bibliografía:**

Easterby Johnn (2012) *150 proyectos de fotografía. Técnicas y ejercicios esenciales*. Barcelona, España. Ed. Blume

Freeman, Michael. (2001) *Como hacer buenas fotografías. Curso Práctico*. Libsa ediciones España

\_\_\_\_\_, (2012) *La visión del fotógrafo*. Barcelona, España. Ed. Blume

\_\_\_\_\_, (2012) *La mente del fotógrafo*. Barcelona, España. Ed. Blume

\_\_\_\_\_, (2004) *Fotografía digital. Luz e Iluminación* Evergreen editores

\_\_\_\_\_, (2004) *Fotografía Blanco y negro*. Evergreen editores

\_\_\_\_\_, (2004) *Fotografía de personas* Evergreen editores

Parahkel (2012) *Principios de fotografía creativa aplicada*. Editorial Gigli

Simmons, Mike (2015) *Cómo crear una fotografía* Editorial Gigli

## Asignatura: GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MEDIOS

### **Objetivo general:**

Proporcionar al estudiante las herramientas necesarias para que este pueda ejecutar los aprendizajes teóricos mediante la creación de una empresa de comunicación, ya sea en el área institucional, social, organizacional y audiovisual.

### **Contenidos mínimos:**

#### **Unidad 1: Comunicación empresarial**

##### 1.1. Atención y tratamiento del cliente.

1.1.1.- Comunicación verbal y no verbal dirigida a empresas.

1.1.2.- Comunicación escrita para empresas.

1.1.3.- Comunicación humana.

#### **Unidad 2: Recursos humanos y movimientos administrativos**

2.1.- Selección y reclutamiento de personal.

2.2.- Selección de formación y capacitación de personal.

2.3.- Procesos de la actividad laboral.

#### **Unidad 3: La información en plataformas digitales**

3.1.- Tecnología en la comunicación digital.

3.2.- Tratamiento de la información escrita y numérica.

3.3.- Presentación de contenidos en plataformas digitales.

3.4.- Herramientas digitales para el mejoramiento de imagen de la empresa.

#### **Unidad 4.-Operaciones administrativas**

4.1.- Innovación.

4.2.- Actividades económicas.

4.2.1.- Presupuestos.

4.2.2.- Contratos.

4.3.- Administración pública

4.4.- Administración privada.

4.4.- Registro ante la Secretaría de Administración Tributaria.

#### 4.4.1.- Obligaciones y derechos de la empresa.

##### **Bibliografía:**

Handy, Charles. (2013), *La edad de la sinrazón*. Ed. Apostrofe

McGregor, Douglas (2005), *El lado humano de las empresas*. Editorial Porrúa

Saloner, Garth et al(2005), *Administración estratégica*. Ed. Limusa

## Asignatura: PRODUCCIÓN y POSTPRODUCCIÓN DE VIDEO

### Objetivo general:

Conocer, comprender y poner en práctica todas y cada una las fases de producción audiovisual, integrando los conceptos teóricos y prácticos. Realizar producciones que impliquen práctica de campo, edición no lineal, uso de tecnología digital así como distintos géneros del medio (publicitario, documental y ficción, entre otros).

### Contenidos mínimos:

- Fases de producción audiovisual.
- Fundamentos de guión audiovisual.
- Uso de figuras retóricas en el campo audiovisual.
- La cámara de video
- Práctica de producción.
- Fundamentos de la edición.
- Conceptos básicos de iluminación
- El documental
- La ficción

### Bibliografía:

Bourdieu, Pierre. (2003) *Sobre la televisión*. Anagrama  
Grimson, Alejandro. (1999) *Audiencia, cultura y poder: estudios sobre la televisión*. Eudeba  
Orozco, Guillermo. (2002) *Historias de la televisión en América Latina*. México, D. F. Gedisa editorial.  
Vilches, Lorenzo. (1993) *Televisión, Los efectos del bien y del mal*. México, D. F. Paidós Comunicación.

## Asignatura: POSPRODUCCIÓN DE AUDIO

### **Objetivo general:**

El estudiante conocerá el lenguaje y ambiente que envuelve a la postproducción y edición en la radiodifusión, mientras perfecciona la producción desde plataforma técnica hasta el software requerido para el trabajo diario.

### **Contenidos mínimos:**

#### UNIDAD I.

##### EQUIPO SONORO

##### 1.1.- Consolas

##### 1.1.1.- Terminología

##### 1.1.2.- Conexiones

##### 1.1.3.- Entradas

##### 1.1.4.- Salidas

##### 1.1.5.- Efectos

##### 1.1.6.- Cualidades y Características

##### 1.2.- Cableados y adaptadores

##### 1.2.1.- RCA

##### 1.2.2.- Jack 3.5mm

##### 1.2.3.- Jack 6.3mm

##### 1.2.4.- Convertidores

##### 1.3.- Amplificadores

##### 1.4.- Monitores y bafles

##### 1.4.1.- Woofer

##### 1.4.2.- Sub woofer

##### 1.4.3.- Tweeter

##### 1.4.4.- Medios

#### UNIDAD II

##### NATURALEZA DEL AUDIO

##### 2.1.- Frecuencia, amplitud y ciclo

- 2.2.- Micrófonos
  - 2.2.1.- Dinámicos
  - 2.2.2.- Condensador
    - 2.2.2.1.- Phantom Power
- 2.3.- Direccionalidad
  - 2.3.1.- Unidireccional
    - 2.3.1.1.- Cardoide
    - 2.3.1.2.- Hipercardoide
  - 2.3.2.- Bidireccionalidad
  - 2.3.3.- Omnidireccional

### UNIDAD III

#### LA RADIO Y EQUIPAMIENTO

- 3.1.- Cabina de controles
  - 3.1.1.- Acústica
  - 3.1.2.- Controles
    - 3.1.2.1.- Sus características
  - 3.1.3.- Cuidados
- 3.2.- Cabina de locución
  - 3.2.1.- Acústica
  - 3.2.2.- Orientación de micrófonos
  - 3.2.3.- Acondicionamiento físico
  - 3.2.4.- Cuidados
- 3.3.- Estudio de grabación
  - 3.3.1.- Características
  - 3.3.2.- Controles
  - 3.3.3.- Estudio
  - 3.3.4.- Cuidados

### UNIDAD IV

#### SOFTWARE

- 4.1.-Audition.
  - 4.1.1.- Plataforma

- 4.1.2.- Efectos
- 4.1.3.- Sonorización
- 4.1.4.- Formatos y frecuencias
- 4.2.- Soundtrack Pro
- 4.2.1.- Plataforma
- 4.2.2.- Efectos
- 4.2.3.- Sonorización
- 4.2.4.- Formatos y frecuencias

## UNIDAD V

### CAMPO LABORAL

- 5.1.- Programas en vivo
- 5.1.1.- Post-producción al aire
- 5.2.- Programas grabados
- 5.2.1 Postproducción detallada

### **Bibliografía:**

- Kaplún, Mario. (1994) Cap. 2 “La naturaleza del medio” en *Producción de programas de radio*. Cromocolor. Pp. 47-76
- \_\_\_\_\_. (1994) Cap.3 “El lenguaje radiofónico” en *Producción de programas de radio*. Cromocolor. Pp. 83-98
- \_\_\_\_\_. (1994) Cap.32 “Música, sonidos, efectos” en *Producción de programas de radio*. Cromocolor. Pp. 167 218.
- Ortiz y Marchamalo. (2000) Cap. 3 “Códigos comunicativos y realización radiofónica”. En *Técnicas de comunicación en radio*. Paidós. Pp. 65-85

## ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN PROFESIONAL “PERIODISMO”

### Sexto semestre:

**Objetivo General de la Unidad:** El estudiante conocerá los elementos necesarios presentes en el proceso de investigación y edición periodística, de manera que se fortalezca su aprendizaje a partir del uso de los recursos técnicos y visuales que puede emplear para estos procesos.

<b>Asignatura: TEORÍAS Y ESTUDIOS DEL PERIODISMO</b>
--

### Objetivo general:

Reflexionar a través de las perspectivas teóricas las implicaciones y alcances del periodismo en diferentes escenarios: históricos, agenda de medios; opinión pública; fuentes de información; realidad social.

### Contenidos mínimos:

- 1) Teoría del espejo
- 2) Teoría organizacional
- 3) Teoría gnóstica
- 4) teoría de la agenda setting
- 5) Teoría instrumentalista
- 6) Teoría etnográfica
- 7) Teoría de los definidores primarios y la espiral del silencio
- 8) Teoría de la nueva historia
- 9) Teoría economía política de los medios.

### Bibliografía:

Pena de Oliveira, Felipe (2009) *Teoría del periodismo*. Editorial Alfaomega. México.

Gomis, Lorenzo (1997) *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Editorial Paidós. Buenos Aires-México.

Hernández Ramírez, María Elena (coord.) (2010) *Estudios sobre periodismo*. Universidad de Guadalajara. México.

<b>Asignatura: INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA</b>
---



**Objetivo general:**

Conocer, comprender y aplicar las estrategias de investigación periodística, en la consecución de información requerida para la elaboración de un trabajo de periodismo de investigación.

**Contenidos mínimos:**

- Investigación Periodística como propuesta de investigación
- Medios de comunicación y transparencia
- Tradición y recursos del Periodismo de Investigación
- Periodismo de precisión
- Producción de reportajes de investigación

**Bibliografía:**

Campbell, Federico (2002). *Periodismo Escrito*. Alfaguara. México.  
Smith, Anthony (1983). *Goodbye Gutemberg*. GG Massmedia. España.  
Reyes, Gerardo (1996). *Periodismo de Investigación*. Edit. Trillas. México.  
Delgado, Álvaro (2003). *El Yunque*. Edit. Plaza y Janés. México.  
Meyer, Phillip (2000). *Periodismo de precisión, nuevas fronteras para la investigación periodística*. Editorial Bosch, Barcelona.  
Riva Palacio, Raymundo (2004). *La prensa de los jardines. Fortalezas y debilidades de los medios en México*. Plaza y Janés. México  
Rodríguez Castañeda, Rafael (1993). *Prensa Vendida*. Grijalbo. México.  
Rodríguez, Pepe (1994). *Periodismo de investigación. Técnicas y estrategias*. Ed. Paidós, Barcelona.  
Santoro, Daniel (2004). *Técnicas de investigación*. FNPI-FCE. México.  
Scherer García, Julio (1986). *Los Presidentes*. Grijalbo. México.  
Walsh, Rodolfo (1972). *Operación masacre*. Ediciones de La Flor. Argentina.

## Asignatura: EDICIÓN PERIODÍSTICA

### **Objetivo general:**

El estudiante aprenderá los elementos necesarios para poder realizar productos periodísticos de publicaciones periódicas tanto impresas como digitales

### **Contenidos mínimos:**

- 1) Estructura de los medios
- 2) Manejo de géneros periodísticos
- 3) Titulación periodística (titular para prensa, radio, televisión e internet)
- 4) Diseño y maquetación

### **Bibliografía:**

Bastenier, Miguel Ángel (2009). *Cómo se escribe un periódico*. Fondo de Cultura Económica (FCE). México  
Grijelmo, Alex (2002) *El estilo del periodista*. Alfaguara. España.

## Asignatura: PRODUCCIÓN DE MEDIOS DIGITALES

### **Objetivo general:**

El estudiante conocerá el impacto de la tecnología en la sociedad y buscar nuevas alternativas de comunicación. Se apoyará en estas nuevas plataformas de comunicación para tanto para la difusión de notas periodísticas, como para la promoción de diferentes productos periodísticos, utilizando la tecnología de la información y comunicación. Sabrá crear, interpretar y medir los mensajes de las nuevas herramientas de comunicación.

### **Contenidos mínimos:**

Sociedad digital.

- I. Sociedad y consumo digital
- II. Evolución de la media digital
- III. Historia del periodismo digital

Herramientas del periodismo digital.

- I. El blog
- II. Radio digital
- III. Página web
- IV. Twitter
- V. Facebook
- VI. Aplicaciones de noticias
- VII. Instagram y aplicaciones de fotografía

Herramientas para periodistas

- I. Correo electrónico y periodismo
- II. Deep y Dark Web

Casos Prácticos

- I. Washington Post
- II. Seattle Post
- III. Soytu.es
- IV. Revistas digitales

## V. Periodismo digital y sociedad.

### **Bibliografía:**

Armentia Vizueté José Ignacio, [et al.] (2000) *El diario digital*. Editorial Bosch. España.

Briggs, Mark (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*. J-Lab del Philip Merrill College of Journalism de la Universidad de Maryland y el Knight Citizen News Network. (La versión en español fue promovida y financiada por el Centro Knight para el Periodismo de las Américas de la Universidad de Texas en Austin).

Codina Luís, *El documento y la publicación digital: características y evaluación*. Master a Distancia Interactivo en Periodismo Digital 2000-2001. Universidad del País Vasco-Euskal Herriko Unibertsitatea.

Díaz, Javier y Salaverría, Ramón. (Coord.) (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Ariel Comunicación. España.

Franco, Guillermo. *Cómo escribir para la Web*. Centro Knight para el Periodismo de las Américas de la Universidad de Texas en Austin. 2009.

López Aguirre, José Luis (2007). "Introducción al estudio de la documentación informativa en la prensa digital de México". Cuadernos de Documentación Multimedia, núm. 18. En: <http://multidoc.rediris.es/cdm/include/getdoc.php?id=291&article=52&mode=pdf> (Consultado 20.12.2007).

\_\_\_\_\_, José Luis. *e-Periodismo. Blog dedicado al inquietante ámbito del ciberperiodismo*. En: <http://e-periodismo.blogspot.com/>

Pareja Pérez Víctor Manuel [et al.] (2003) *Guía de internet para periodistas*. Centro de Información y Documentación Científica. España.

Pérez-Luque María José (1998). *El periodismo y las nuevas tecnologías*. Newbook Ediciones.

Salaverría, Ramón. (coord.) (2005) *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

\_\_\_\_\_, *Fuentes de información digital*. Master a Distancia Interactivo en Periodismo Digital 2000-2001.

## Asignatura: DISEÑO EDITORIAL

### **Objetivo general:**

El estudiante adquirirá los conocimientos teóricos y prácticos para conceptualizar, diseñar, maquetar y publicar proyectos comunicativos multipáginas, ya sean libros, catálogos, revistas, periódicos, mapas, menús, etc. los cuales constituyen piezas fundamentales para la difusión de contenidos informativos de cualquier índole, ya sean estos impresos o en línea.

### **Contenidos mínimos:**

Introducción al campo del Diseño Editorial

1. Historia y evolución del diseño editorial
2. Bases y nuevas tendencias en el diseño editorial
3. Eficiencia en la producción de productos editoriales con periodicidad
4. Formatos existentes y posibles de reproducir en impresión física.
5. Relación cliente/ público target del producto editorial
6. Características de las publicaciones multipáginas

Características del Diseño Editorial de:

- Libros
- Revistas
- Periódicos
- Catálogos
- Folds
- Menús
- Díptico/Tríptico

El diseño editorial de 'buen gusto' o el diseño editorial eficiente

- Funcionalidad
- Creatividad
- Estética

## **Bibliografía:**

Álvarez Fernández, Diego Luis. *Diseño editorial, lo que debes saber*. Editorial The Sing Haus

Andrew, Haslam. *Creación, diseño y producción de libros*. Editorial Blume

Caldwall Cath et al *Editorial Desing. Digital and Print*. Laurance Editorial.

Franchi, Francesco. *Designing News*. Editorial Gestalten

Martín, José Luis. *Manual de tipografía. Del plomo a la era digital*. Editorial Campgráfic

Samara, Timothy. *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Editorial GG

*Sistemas editoriales, un vistazo a los métodos de impresión a lo largo de los años* Editorial Hoja Blanca

Timothy, Samara. *Diseñar con y sin retícula*. Editorial GG

## Asignatura: FOTOPERIODISMO

### Objetivo general:

El estudiante conocerá los principios básicos e históricos del fotoperiodismo para su ejercicio responsable y profesional, comprender como se práctica en los diferentes medios y plataformas actuales, así como desarrollar una capacidad crítica y autocrítica del manejo de la imagen fotoperiodística.

### Contenidos mínimos:

#### 1.- Historia del fotoperiodismo

Historia de la fotografía

¿Cómo surge el fotoperiodismo?

El valor informativo de la imagen

Su evolución hasta la era digital

#### 2.- Los medios de comunicación y las diferentes plataformas

Agencias

Periódicos y Revistas

Medios Digitales

El *Freelance*

Colectivos y Asociaciones

#### 3.- Géneros del fotoperiodismo

Fotografía Política

Retrato en las entrevistas

Deportes

Espectáculos

Sociales

Nota Roja y coberturas de riesgo

Fotorreportajes

#### 4.- Inmediatez y Noticia

Flujos de trabajo según destino de la fotografía

Ética profesional y Periodismo

Manipulación, Objetividad y Verdad

5.- Edición fotográfica

El papel del editor de fotografía

Principios básicos de retoque digital

Principios éticos y uso del retoque digital

6.- Archivo Digital

Composición y manejo del archivo

Bases de datos

Transmisión

### **Bibliografía:**

Baeza Gallup, Pepe (2001) *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Barcelona, España. Gustavo Gili.

Berger, John (2013) *Otra manera de contar*. Barcelona, España. Gustavo Gili  
Bornici, Peter; PROUD, Linda. (2002) *Diseño con fotografía*, Mc Graw Hill.  
México

Castellanos, Paloma (1999) *Diccionario histórico de la fotografía*. Madrid, España. Itsmo

Castellanos, Ulises (2003) *Manual de Fotoperiodismo, retos y soluciones*. México UIA-Proceso

Castellanos, Ulises (2010) *En la mira, Apuntes de un editor de fotografía*. México. Universidad Iberoamericana

Easterby J (2012) *150 proyectos de fotografía. Técnicas y ejercicios esenciales*. Barcelona, España. Ed. Blume

Freeman Michael, (2012) *El ojo del fotógrafo*. Barcelona, España. Ed. Blume

\_\_\_\_\_, (2012) *La visión del fotógrafo*. Barcelona, España. Ed. Blume

\_\_\_\_\_, (2012) *La mente del fotógrafo*. Barcelona, España. Ed. Blume

\_\_\_\_\_, (2001) *Como hacer buenas fotografías*. Curso Práctico Libsa. Ediciones España

\_\_\_\_\_, (2004) *Fotografía digital Luz e Iluminación* Evergreen editores

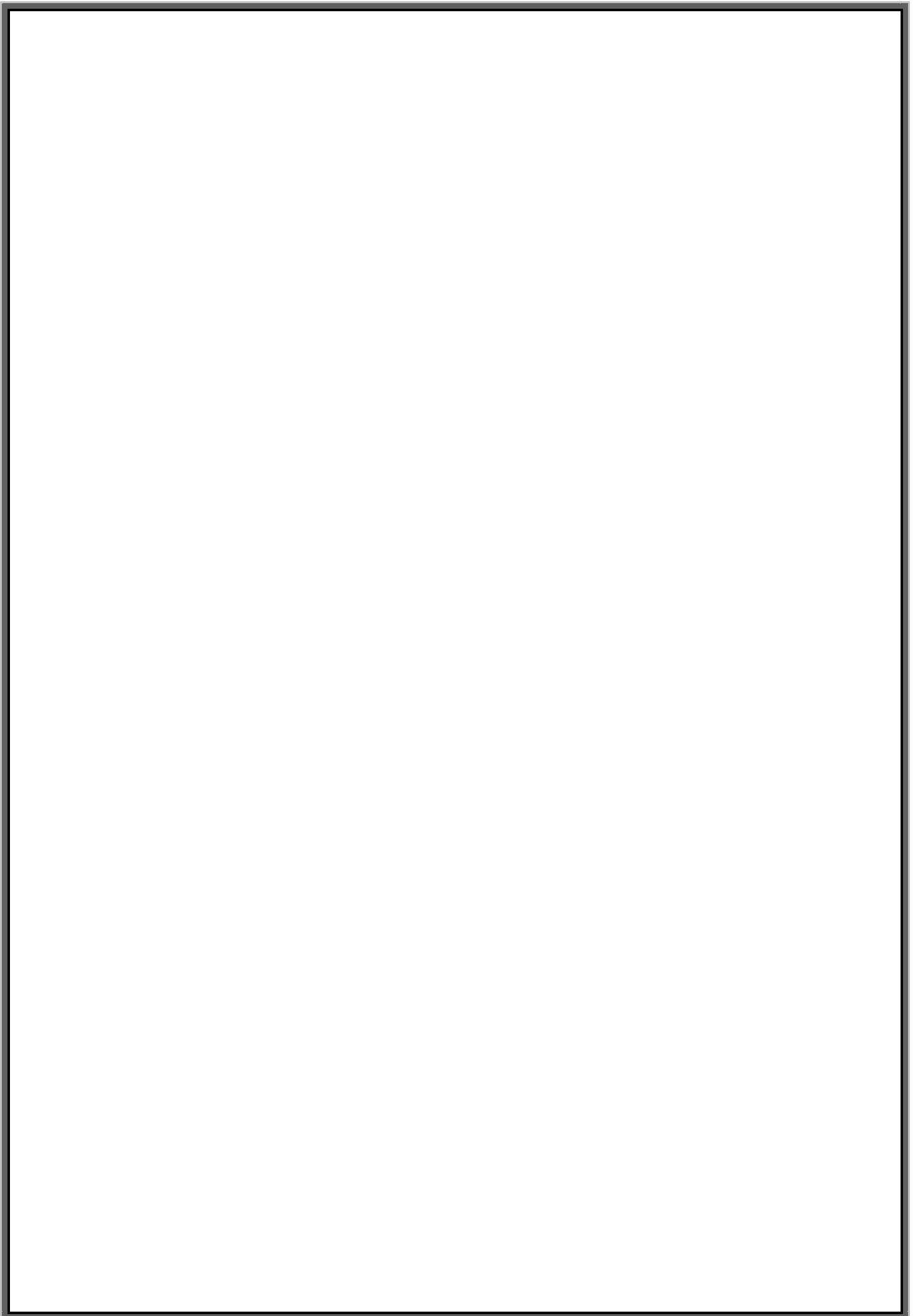
\_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_, (2004) *Fotografía de personas* Evergreen editores 2004

Freud, Gisèle (1993) *La fotografía como documento social*. Barcelona, España. Gustavo Gili

Joseph, M y Saunders D (2002) *Curso completo de fotografía* Leopold Blume editorial España

Ritchin, Frank. (2010) *Después de la fotografía*. Oaxaca, México. Serieve Editorial Televisa.





## Asignatura: PERIODISMO DIGITAL

### **Objetivo general:**

Ofrecer una aproximación a los fundamentos teóricos del periodismo en medios y redes digitales, así como su incidencia y las transformaciones en el mercado de los medios en México y en el mundo, además de conocer las características y retos que enfrenta el periodismo en los medios digitales y en su función social.

### **Contenidos mínimos:**

#### **1. Introducción al periodismo digital**

1.1 Concepto de Ciberperiodismo, periodismo electrónico, y periodismo digital.

1.2 Tipología de los medios digitales.

#### **2. Historia del periodismo digital**

2.1 Medios digitales pioneros

2.2 Historia del periodismo digital en Iberoamérica

2.3 Historia del periodismo digital en México.

#### **3. Convergencia periodística**

3.1. Concepto de Convergencia

3.2. Clasificaciones de Convergencia

3.3. Reconfiguración de las empresas periodísticas

3.4. Los conglomerados

3.5 Evolución histórica en los modelos de negocios de los medios digitales.

3.6. Modelos de redacciones integradas

#### **4. El lenguaje del periodismo digital**

4.1 Hipertextualidad.

4.2 Multimedialidad

4.3 Interactividad

4.5 Las audiencias como emisores

4.6 Las fuentes de información en internet.

4.7 Los géneros del periodismo digital.

### **Bibliografía Básica:**

Lozano, José Carlos (2007) *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Editorial Pearson. México.

Meneses, María Elena (2011) *Periodismo Convergente. Tecnología, medios y periodistas en el siglo XXI*. Editorial Porrúa. México.

Rost, Alejandro. (2012). "Periodismo e interactividad: preguntas, definiciones y desafíos en la participación de los usuarios" en García de Torres, E. (Coord.) *Cartografía del periodismo participativo*. Valencia: Tirant Lo Blanch, pp. 13-36.

Salavarría, R; García J.; Masip, P. (2010). Concepto de convergencia periodística. En López, X.; Pereira, X. (Coords.). *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, pp. 41-64.

Salavarría, Ramón. (2015). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid: Fundación Telefónica y Editorial Ariel.

## **Asignatura: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo general:**

El estudiante aplicará los conocimientos teórico-metodológicos en la elaboración y presentación de un protocolo de investigación relacionado al ámbito profesional del Periodismo.

### **Contenidos mínimos:**

#### **UNIDAD I**

##### **METODOLOGÍAS PARA EL ESTUDIO DE PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN**

Características del problema de estudio: dificultades para su delimitación (delimitación del problema)

Análisis multidisciplinario (Marco teórico)

Articulación de postulados y perspectivas conceptuales

Aplicación de escuelas y corrientes teóricas de comunicación en un proyecto de comunicación

Diagnóstico de caso y paradigmas de evaluación

#### **UNIDAD II**

##### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

2.1 Selección de instrumentos de recolección de datos

2.2 Evaluación de los instrumentos de recolección de datos

2.3 Elaboración de muestra o población

2.4 Delimitación del área de estudio

#### **UNIDAD III**

##### **RECOLECCIÓN DE DATOS**

3.1 Diseño de instrumentos

3.2 Plan de trabajo

3.3 Calendarización de recolección de datos

3.4 Trabajo de campo

#### **UNIDAD IV**

## INTERPRETACIÓN DE DATOS

Aplicación de estadística y gráficas

Análisis cualitativo

Análisis cuantitativo

Cruce de información

Comparación de datos

Elaboración de tablas comparativas

Presentación de resultados

Elaboración de conclusiones

### **Bibliografía:**

Aranzueque, G (ed) (2010) *Ontología de la distancia: filosofías de la comunicación en la era telemática*. Madrid. Editorial Abada

Galindo, José. ( coord.) (2000) *Técnicas de Investigación en cultura sociedad y comunicación*, México, Edit. Pearson

(coord.) (2008) *Comunicación, Ciencia e Historia*. México. Edit. McGrawHill

Jensen, Klaus. (2014) *La comunicación y los medios: metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. México. Editorial Fondo de Cultura Económica

Mattelart, A. (2000) *Historias de teorías de la comunicación*. Barcelona. España. Edit. Paidós

Orozco, Guillermo y González, Raúl (2012) *Una coartada metodológica: abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México. Editorial Tintable

Hernández, Fernández y Baptista (2010) *Metodología de la investigación*. México, Editorial Mc Graw Hill

Vilches, Etall (2012) *La investigación en comunicación: Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona. Editorial Gedisa

## Asignatura: PERIODISMO DE CIENCIA

### **Objetivo general:**

Utilizar con propiedad los géneros periodísticos y hacer lo necesario para que el público se interese en la ciencia realizada en Querétaro, México y el Estado sin caer en exageraciones.

### **Contenidos mínimos:**

#### **I**

- Qué es la ciencia.
- Teoría del periodismo y la comunicación.

#### **II El periodismo y la comunicación científica**

- Comunicación pública de contenidos complejos y científicos.
- Fuentes en la comunicación científica.
- Comunicación Pública de la Ciencia

#### **III La transmisión de la información científica**

- Técnicas de comunicación y periodismo científico en televisión y radio.  
Técnicas de periodismo científico en prensa y revistas.
- Comunicación científica 2.0.
- Gabinete de prensa y comunicación de instituciones científicas.

#### **IV Especializaciones**

- Periodismo y comunicación del medioambiente.
- Periodismo y comunicación de la salud.
- Periodismo y comunicación de la tecnología.
- Periodismo y comunicación de las ciencias físicas y naturales.
- El reportaje periodístico de ciencia

### **Bibliografía:**

Bauer, Martin y Bucchi, Massimiano. (eds.) (2007) *Journalism, science and society: science communication between news and public relations*. London.  
-Calvo, Manuel. (1999). *El Nuevo Periodismo de la Ciencia*. Quito, Ecuador.  
Ciespal Marcos, Alfredo (2010). Ciencia y acción. Una filosofía práctica de la ciencia. México: Fondo de Cultura Económica. pp. 185-187.  
-Riva Palacio, Raymundo. (1998) *Más allá de los límites. Ensayos para un nuevo periodismo*. México. Fundación Manuel Buendía y Universidad Iberoamericana.

-Zivkovik, Bora. (2010) *The line between science and journalism is getting blurry again*

## Asignatura: PERIODISMO DEPORTIVO

### **Objetivo general:**

Al término de la asignatura, el estudiante tendrá las aptitudes necesarias para incursionarse en el ámbito laboral de esta rama del periodismo, del mismo modo conocerá la actitud con la cual se deben afrontar los retos del Periodismo Deportivo.

### **Contenidos mínimos:**

#### **UNIDAD 1 Prensa escrita**

- 1.1.- Definición del Deporte
- 1.2.- Cómo se plantea el Periodismo Deportivo a nivel:  
Local, Nacional, Internacional
- 1.3.- Géneros periodísticos en periodismo Deportivo
- 1.4.- Práctica y vicios del Periodismo deportivo en Querétaro
- 1.5.- Diseño, jerarquización y edición en prensa escrita

#### **UNIDAD 2 Radio**

- 2.1.- Géneros periodísticos en periodismo Deportivo
  - 2.1.1 Nota
  - 2.1.2 Crónica
  - 2.1.3 Entrevista (Insert)
  - 2.1.4 Reportaje
  - 2.1.5 Color\*
- 2.2.- Práctica y vicios del Periodismo deportivo radiofónico en Querétaro
- 2.3.- Producción y posproducción radiofónica

#### **UNIDAD 3 Televisión**

- 3.1.- Géneros periodísticos en periodismo Deportivo
- 3.2.- Práctica y vicios del Periodismo deportivo radiofónico en Querétaro
- 3.3.- Producción y posproducción televisiva.
  - 3.3.1.- Lenguaje en TV



### 3.3.2.- Edición en TV

#### **Bibliografía:**

Costa, Joan (2008), *La Fotografía Creativa*, Editorial Trillas,  
Priess, Frank (2002), *Periodismo, Ética, Responsabilidad y Paz: Reflexiones para Periodistas*, Lemoine Editores,  
Sabes Turmo, Fernando (2006), *La Eficacia de lo sencillo: Introducción a la práctica del periodismo*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones,  
Riva Palacio, Raymundo (2005), *Manual para un nuevo periodismo: vicios y virtudes de la prensa escrita en México*, Plaza y Janes Editores.

## Asignatura: PERIODISMO POLÍTICO

### Objetivo general:

Conocer el funcionamiento de las estructuras de poder en México, a partir del contexto global, y comprender el ejercicio periodístico como generador de conocimiento para el ejercicio democrático de la ciudadanía.

### Contenidos mínimos:

1. Geopolítica global, el mercado y el flujo internacional de información;
2. El Estado nacional: legislación, estructura y funcionamiento;
3. Poderes de facto;
4. Democracia, sociedad plural y medios de comunicación
5. El periodismo como generador de conocimiento orientado al empoderamiento de la ciudadanía.

### Bibliografía:

- Castells, Manuel (2009), *Comunicación y Poder*, Madrid: Alianza Editorial.
- Durandin, Guy (1995), *La información, la desinformación y la realidad*, México: Paidós.
- Medina Viedas, Jorge (2000), *Los medios en la política*, México: Ediciones Cal y Arena.
- Mosco, Vincent (2006), "La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después", en *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, pp. 57-79, Universidad Complutense de Madrid.
- Prieto Castillo, Daniel (2002), *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, México: Ediciones Coyoacán.
- Quirós Fernández, Fernando (1998), *Estructura internacional de la información*, Madrid: Ed. Síntesis.
- Rodríguez Munguía, Jacinto (2007), *La otra guerra secreta. Los archivos prohibidos de la prensa y el poder*, México: Debate.
- 
- Vega, Aimée, Trejo, Raúl et al (2011), *Panorama de la comunicación en México 2011. Desafíos para la calidad y la diversidad*, México: Asociación Mexicana de Derecho a la Información.

## Asignatura: HERRAMIENTAS PERIODÍSTICAS DIGITALES

### Objetivo general:

Al final del curso, los alumnos conocerán y dominarán las herramientas digitales básicas para el ejercicio periodístico y satisfacer la demanda laboral emergente.

### Contenidos mínimos:

Introducción.

Medios tradicionales versus medios digitales

Fundamentos de redacción periodística para la web

El periodista como marca

Noticias y redes sociales

Blogs

Facebook

Twitter

La imagen como noticia. Uso de herramientas de imagen y video para informar.

Tumblr

Instagram

Vine

### Bibliografía:

Carlón, Mario; Scolari, Carlos A (2009). *El Fin de los medios masivos*. Argentina. La Crujía.

Curran, James. (2010) *Power without responsibility*. Routledge

Fogel, Jean Françoise. (2007) *La prensa sin Gutenberg*.

Kawamoto, Kevin. (2013) *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Rowman & Littlefield Publishers

Kovach, Bill (2010). *Blur*. Bloomsbury USA

Leighs, Harding. (2011) *Wikileaks y Assange*. Planeta. México

Luckie, S. Mark. (2012) *The Digital Journalist's Handbook*.

## ASIGNATURA: LENGUA EXTRANJERA (INGLÉS) VII

### EJE: UNIVERSITARIO

**Objetivo general:** Entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización. Saber relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de ninguno de los interlocutores. Producir textos claros y detallados sobre temas diversos así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones.

#### Contenidos mínimos:

- Se desarrollarán las cuatro habilidades lingüísticas, el vocabulario y la gramática alrededor de estos temas, de acuerdo al nivel de competencia correspondiente.

* la familia	* viajes	* el planeta en peligro	* aventura extrema
* ocio y placer	* comida	* trabajo y empleos	
* vacaciones	* estudiar en el extranjero	* el mundo laboral	

#### Bibliografía básica:

El método que sea seleccionado

## OCTAVO SEMESTRE

### ÁREA DE INTEGRACIÓN

**Objetivo General:** Que el estudiante finalice un trabajo recepcional de investigación (tesis individual, colectiva, trabajo de investigación o memoria de prácticas profesional), independientemente del Área de Especialización Profesional que haya elegido y cursado, además de promover en él una experiencia de aprendizaje basada en el diseño de proyectos y en la identificación y desarrollo de competencias profesionales.

## ASIGNATURA: TALLER DE INVESTIGACIÓN

**Objetivo General:** Afinar el proyecto de investigación realizado hasta séptimo semestre y, en un segundo momento, acompañar al estudiante en la construcción de las herramientas necesarias para desarrollar su proyecto y acercarlo a una de las siguientes formas de titulación: titulación por trabajo de investigación, titulación por tesis individual o colectiva (según el reglamento de titulación de la UAQ). Integrar al estudiante al campo académico de la Comunicación.

### Contenidos mínimos:

- 1.- Revisión de métodos y técnicas de investigación utilizados
- 2.- Análisis e Interpretación de los resultados obtenidos
- 3.- Redacción e integración del texto académico
- 4.- Reporte y finalización del trabajo recepcional de investigación

### Bibliografía:

Arias Galicia, Fernando (compilador) (2001), *Lecturas para el curso de metodología de la investigación*, Trillas, México.

Bunge, Mario (1983), *La investigación científica: su estrategia y su filosofía*, (traducción de Manuel Sacristán), Editorial Ariel S. A., Barcelona.

Caplow, Theodore (1989). "La observación", en Miguel Abruch Linder (Comp.), *Metodologías de las ciencias sociales*, México, UNAM-ENEP Acatlán, pp. 195-202

Delgado Moya, Rubén (2004), *Elaboración de tesis, protocolo de investigación: tesis doctoral, tesis de maestría, tesis de licenciatura*, Ed. SISTA, México.

Eco, Umberto (1998). *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*, Gedisa, Barcelona (378.242 E19c)

Galindo Cáceres, Jesús (1997), *Sabor a ti, Metodología cualitativa en investigación social*, México, Biblioteca Universidad Veracruzana, pp. 170-216

Gaos, Amparo y Lejavitzer, Amalia (2002), *Aprender a investigar*, Santillana, México.

Laplantine, François (1996), *La description ethnographique*, Nathan, Coll. Sciences sociales, Paris,, 128 p.

Necoechea Gerardo, *Después de vivir un siglo, ensayos de historia oral*, México, Biblioteca de la INAH.

Sierra Bravo, Restituto (2003), *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica: metodología general, su elaboración y documentación*, Ed. Thomson, España.

Sierra Francisco, "Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social" en Galindo Cáceres, Jesús (Coord.), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, México, Pearson educación Latinoamericana, 1998, pp. 277-345

Winkin, Yves (1996), *Anthropologie de la communication : De la théorie au terrain*, De Boeck Université, Paris, Bruselas.

## ASIGNATURA: PRÁCTICAS PROFESIONALES

### **Objetivo General:**

Contribuir a la formación integral del estudiante de a través del contraste entre el conocimiento teórico y la actividad práctica que la realidad profesional proporciona, e incentivarlo a realizar una memoria de prácticas profesionales.

Lograr que los estudiantes desarrollen competencias para diagnosticar, planear, evaluar e intervenir en la solución de problemas o situaciones que su carrera les demanda. Integrar al estudiante al campo profesional de la Comunicación.

### **Contenidos mínimos:**

#### 1. Habilidades

- Dominio personal
- Modelos mentales
- Trabajo en equipo
- Visión compartida
- Pensamiento sistémico

#### 2. Elaboración de Currículo Vitae profesional

#### 3. Elaboración del Brief

### **Bibliografía:**

Poirier, José María, Javier Darío, (2011) *Periodismo y pasión. Interrogantes sobre el ejercicio y la ética profesional*. La Crujía Ediciones. Argentina.



## ASIGNATURA: LENGUA EXTRANJERA (INGLÉS) VIII

### EJE: UNIVERSITARIO

**Objetivo general:** Entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización. Saber relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de ninguno de los interlocutores. Producir textos claros y detallados sobre temas diversos así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones.

#### Contenidos mínimos:

- Se desarrollarán las cuatro habilidades lingüísticas, el vocabulario y la gramática alrededor de estos temas, de acuerdo al nivel de competencia correspondiente.

* formas de entretenimiento	* uso del dinero	* el reino animal	* celebraciones y festividades
* cine y teatro	* compras	* espacio habitacional	* industria y tecnología
* el intelecto y la personalidad	* como mantenerse saludable	* casas	

#### Bibliografía básica:

El método que sea seleccionado