

Sexto Cuatrimestre

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

(2) CICLO: SEXTO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA
LCC0626

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

AL TÉRMINO DEL CURSO, EL ALUMNO UTILIZARÁ LA PRODUCCIÓN DE SIGNIFICADOS A TRAVÉS DEL ANÁLISIS SEMIÓTICO EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. NOCIÓN DEL SIGNO
 - 1.1 COMUNICACIÓN Y SIGNIFICACIÓN
 - 1.2 DEFINICIÓN DE SEMIÓTICA
 - 1.3 TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN DE SIGNOS
 - 1.4 TIPOLOGÍA DE LOS SIGNOS
 - 1.5 TEORÍA SEMIÓTICA DE UMBERTO ECO
2. PROCESOS DE COMUNICACIÓN
 - 2.1 EL CÓDIGO
 - 2.2 CÓDIGOS AUDIOVISUALES
 - 2.3 CÓDIGOS VISUALES
 - 2.4 CÓDIGOS IMPRESOS
 - 2.5 SOCIALIZACIÓN DE LOS SIGNIFICADOS
3. SEMIÓTICA APLICADA A LOS MEDIOS
 - 3.1 SEMIÓTICA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES
 - 3.2 SEMIÓTICA TEATRAL
 - 3.3 SEMIÓTICA DEL LENGUAJE
4. SEMIÓTICA DEL TEXTO
 - 4.1. MODELO DE FERDINAND DE SAUSSURE
 - 4.2. MODELO DE VLADIMIR PROPP
 - 4.3. MODELO DE ALGIRDAS JULIÁN GREIMAS

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DE UN DOCENTE:

- EXPOSICIONES EN CLASE BAJO LA SUPERVISION DEL DOCENTE
- ANÁLISIS DE PROCESOS
- DISCUSIÓN DIRIGIDA

INDEPENDIENTES:

- INVESTIGACIONES DOCUMENTALES POR PARTE DEL ALUMNO
- REPORTES ESCRITOS DE MANERA PERSONAL

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES 30% CADA UNO
UN EXAMEN FINAL 30%
EVALUACIÓN CONTINUA 10%

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

(2) CICLO: SEXTO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA:
LCC0627

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

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

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. CONTEXTUALIZACIÓN, NATURALEZA Y FUNCIONES DE LA TELEVISIÓN

- 1.1 ANTECEDENTES Y DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN
- 1.2 LAS CARACTERÍSTICAS DE LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE LA COMUNICACIÓN
- 1.3 LOS PRECEPTOS ANTE EL MEDIO: INFLUENCIA Y CARACTERÍSTICAS DE RECEPCIÓN

2. EL ESTUDIO DE LA TELEVISIÓN

- 2.1 AUDIO
 - 2.1.1 CODIFICACIÓN DE AUDIO
 - 2.1.2 DOBLAJE
 - 2.1.3 MUSICALIZACIÓN
 - 2.1.4 TORNAMESA Y MICRÓFONOS
- 2.2 EL VIDEO
 - 2.2.1 CÁMARAS
 - 2.2.2 CABINA DE CONTROL
 - 2.2.3 EL SWITCHER O PANEL DE CONTROL
 - 2.2.4 CONTROL MAESTRO
 - 2.2.5 VIDEOGRABACIÓN
 - 2.2.6 EDICIÓN

3. ILUMINACIÓN

- 3.1 EQUIPOS DE ILUMINACIÓN
- 3.2 TÉCNICAS DE ILUMINACIÓN
- 3.3 EL PLANO DE ILUMINACIÓN
- 3.4 ESCENOGRAFÍA
- 3.5 INSTRUMENTOS DE ILUMINACIÓN Y CONTROL DE LA LUZ
- 3.6 INTENSIDAD DE LA LUZ
- 3.7 ILUMINACIÓN EN EL ESTUDIO
- 3.8 ILUMINACIÓN EN EL CAMPO

4. LENGUAJE VISUAL

- 4.1 ENCUADRES
- 4.2 COMPOSICIÓN DE LA IMAGEN
- 4.3 MOVIMIENTOS DE CÁMARA
- 4.4 ÁNGULOS DE TOMAS
- 4.5 TRANSICIONES VISUALES
- 4.6 EFECTOS VISUALES

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

5. FORMATOS DE PROGRAMAS PARA TELEVISIÓN

- 5.1 NOTICIARIO
- 5.2 REPORTAJE
- 5.3 MESA REDONDA
- 5.4 TELENOVELA
- 5.5 PROGRAMA DE CONCURSOS
- 5.6 MUSICALES
- 5.7 HUMORÍSTICO
- 5.8 PROGRAMAS DIDÁCTICOS
- 5.9 SPOT COMERCIALES
- 5.10 COMBINACIONES DE FORMATOS

6. STAFF, ACTIVIDADES Y RESPONSABILIDADES

- 6.1 EL PERSONAL NO TÉCNICO PARA LA PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN
 - 6.1.1 PRODUCTOR
 - 6.1.2 ASISTENTE DE PRODUCCIÓN
 - 6.1.3 DIRECTOR
 - 6.1.4 ASISTENTE DE DIRECTOR
 - 6.1.5 OPERADOR AMIGA
 - 6.1.6 OPERADOR DE VIDEO
 - 6.1.7 OPERADOR DE AUDIO
- 6.2 PERSONAL DE FORO
 - 6.2.1 JEFE DE PISO
 - 6.2.2 CAMARÓGRAFOS Y ASISTENTE
 - 6.2.3 MICROFONISTA
 - 6.2.4 ILUMINADOR
 - 6.2.5 ESCENÓGRAFO
 - 6.2.6 OTROS

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- VISITAS GUIADAS A CANALES DE TELEVISIÓN
- PRÁCTICAS DE PRODUCCIÓN EN SUS DIFERENTES FORMATOS
- EXPOSICIONES
- ELABORACIÓN DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

INDEPENDIENTES:

- ANÁLISIS DE PRODUCCIONES AL AIRE
- CONSULTA BIBLIOGRÁFICA

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES, CON UNA PRODUCCIÓN CORRESPONDIENTE A
CADA PARCIAL 30% CADA UNO
UNA PRODUCCIÓN FINAL (PROYECTO DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN) 30%
EVALUACIÓN CONTINUA 10%

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: **TALLER DE EDICIÓN PERIODÍSTICA**

(2) CICLO: SEXTO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA
LCC0628

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

AL TÉRMINO DEL CURSO, EL ALUMNO DISTINGUIRÁ LOS DISTINTOS PROCESOS DE IMPRESIÓN, ASÍ COMO LOS PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA TIPOGRAFÍA; EXPLICARÁ LAS BASES PARA LA SUPERVISIÓN DE ORIGINALES DURANTE EL PROCESO DE IMPRESIÓN; APLICARÁ LAS TÉCNICAS DE DIAGRAMACIÓN Y USO DE PROGRAMAS INFORMÁTICOS EN LA ELABORACIÓN DE DIARIOS Y REVISTAS (IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS)

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. LOS SISTEMAS DE IMPRESIÓN
 - 1.1. EVOLUCIÓN DE LOS SISTEMAS DE IMPRESIÓN
 - 1.2. TÉCNICAS DE IMPRESIÓN
 - 1.3. IMPRESIÓN OFFSET Y DIGITAL
2. PREPARACIÓN DE ORIGINALES
 - 2.1. CÁLCULO DE ORIGINALES Y ENCABEZADOS
 - 2.2. CORRECCIÓN DE ORIGINALES
 - 2.3. FOTOMECÁNICA
3. MEDIOS IMPRESOS
 - 3.1. EL LIBRO
 - 3.2. PARTES DE UN LIBRO
 - 3.3. FORMATOS DE REVISTAS Y DIARIOS
 - 3.3.1. GACETILLA
 - 3.4. DISEÑO EDITORIAL
 - 3.5. INFORMÁTICA APLICADA AL DISEÑO EDITORIAL
4. MEDIOS ELECTRÓNICOS
 - 4.1. PASQUINES Y REVISTAS ELECTRÓNICAS
 - 4.2. PERIODISMO EN LA WEB
5. TÉCNICAS DE INFORMACIÓN
 - 5.1. LA MESA DE REDACCIÓN
 - 5.2. EL REPORTERO
 - 5.3. EL JEFE DE INFORMACIÓN
 - 5.4. EL JEFE DE REDACCIÓN
 - 5.5. EL EDITOR
 - 5.6. EL CORRECTOR
6. PROCESO DE EDICIÓN
 - 6.1. TÉCNICAS DE EDICIÓN
 - 6.2. EDICIÓN POR COMPUTADORA

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- EXPOSICIONES EN CLASE POR PARTE DE LOS ALUMNOS
- PRÁCTICAS EN LABORATORIO DE CÓMPUTO
- EDICIÓN DE REVISTAS Y DIARIOS BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE

INDEPENDIENTES:

- INVESTIGACIONES DOCUMENTALES Y DE CAMPO
- INVESTIGACIÓN EN INTERNET

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES 30% CADA UNO

UNA EVALUACIÓN FINAL QUE SERÁ LA EDICIÓN DE UNA REVISTA 30%

EVALUACIÓN CONTINUA 10%

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

(2) CICLO: SEXTO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA
LCC0629

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

AL TÉRMINO DEL CURSO, EL ALUMNO DESARROLLARÁ LAS HABILIDADES Y DESTREZAS EN EL MANEJO DEL CÓDIGO RADIOFÓNICO; DOMINARÁ, EL MANEJO DE UN ESTUDIO DE GRABACIÓN; IDENTIFICARÁ LOS DISTINTOS FORMATOS RADIOFÓNICOS; DESARROLLARÁ PRODUCCIONES DE RADIO Y ESTABLECERÁ LOS CRITERIOS EVALUACIÓN DE PRODUCTOS RADIOFÓNICOS TERMINADOS.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. CONTEXTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO
 - 1.1 ANTECEDENTES Y DESARROLLO DE LA RADIO
 - 1.1.1 SITUACIÓN ACTUAL
 - 1.1.2 RADIO COMERCIAL Y RADIO NO COMERCIAL
 - 1.2 EL PROCESO DE TRANSMISIÓN RADIOFÓNICO
 - 1.3 CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN
 - 1.4 FUNCIONES
 - 1.5 LIMITACIONES Y RECURSOS
2. EL CÓDIGO RADIOFÓNICO
 - 2.1 LA VOZ: RECURSOS EXPRESIVOS (DICCIÓN, ENTONACIÓN, VOCALIZACIÓN)
 - 2.2 LA MÚSICA Y SUS FUNCIONES
 - 2.3 EL MUNDO DE LOS SONIDOS
 - 2.3.1 TIPO DE SONIDO
 - 2.3.2 FUNCIÓN DE LOS SONIDOS
 - 2.3.3 EFECTOS SONOROS
3. PERIODISMO RADIOFÓNICO
 - 3.1 IMPORTANCIA DEL GÉNERO
 - 3.2 REDACCIÓN DE LA NOTA INFORMATIVA
 - 3.3 EL NOTICARIO
 - 3.4 LA ENTREVISTA
 - 3.5 OTROS GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN LA RADIO
 - 3.5.1 EDITORIAL
 - 3.5.2 PROGRAMAS DE COMENTARIO
 - 3.5.3 REPORTAJE
 - 3.5.4 DIÁLOGOS Y DEBATES
 - 3.5.5 REVISTAS Y DRAMA VIVO
4. FORMATOS RADIOFÓNICOS
 - 4.1 FORMATOS DRAMÁTICOS
 - 4.1.1 SOCIO DRAMA
 - 4.1.2 RADIO TEATRO
 - 4.1.3 RADIO CUENTO
 - 4.1.4 RADIO DRAMAS
 - 4.2 FORMATOS DE PARTICIPACIÓN
 - 4.2.1 CONCURSOS
 - 4.2.2 FESTIVALES POPULARES

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

4.2.3 MUSICALES

4.2.4 MICRÓFONO ABIERTO

4.3 FORMATOS DIDÁCTICOS

4.3.1 CHARLA O LECCIÓN

4.3.2 DIÁLOGO

4.3.3 CONFERENCIAS O CURSOS

4.4 EL SHOT PUBLICITARIO

5. EL GUIÓN RADIOFÓNICO

5.1 TIPOS DE GUIONES RADIOFÓNICOS

5.2 EL PROYECTO DEL GUIÓN Y SU ESTRUCTURA

5.3 CARACTERÍSTICAS DE LA AUDIENCIA

5.4 DESARROLLO Y REDACCIÓN DEL DIÁLOGO Y LA REDACCIÓN DEL GUIÓN
RADIOFÓNICO

5.4.1 ESTILO

5.4.2 SINTAXIS Y PUNTUACIÓN

5.4.3 LENGUAJE

5.4.4 REQUERIMIENTO TÉCNICO Y HUMANO

6. EL ESTUDIO DE GRABACIÓN

6.1 CARACTERÍSTICAS DE UN ESTUDIO RADIOFÓNICO

6.2 RECONSTRUCCIÓN DEL EQUIPO

6.3 LA CONSOLA Y TORNAMESA

6.4 EL MIXER

6.5 AISLAMIENTO ACÚSTICO

6.6 LOS MICRÓFONOS

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- ELABORACIÓN Y PUESTA EN COMÚN DE GUIONES RADIOFÓNICOS
- VISITAS GUIADAS A EMPRESAS RADIOFÓNICAS
- ANÁLISIS DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS

INDEPENDIENTE:

- CONSULTA BIBLIOGRÁFICA
- PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS EN DIFERENTES FORMATOS

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES 20%

UN EXAMEN FINAL 20%

EVALUACIÓN CONTINUA 60% DISTRIBUIDA COMO SIGUE:

ANÁLISIS DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS 10%

PRESENTACIÓN DE GUIONES RADIOFÓNICOS 50%

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

(2) CICLO: SEXTO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA
LCC0630

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

AL TÉRMINO DEL CURSO, EL ALUMNO IDENTIFICARÁ Y ANALIZARÁ LOS ELEMENTOS DE LA PUBLICIDAD Y SUS EFECTOS DENTRO DE UNA ORGANIZACIÓN

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 LA PUBLICIDAD, SU DEFINICIÓN
- 1.2 HISTORIA DE LA PUBLICIDAD
- 1.3 EVOLUCIÓN DE LA PUBLICIDAD

2. OBJETIVOS EN LA PUBLICIDAD

- 2.1 FIJACIÓN DE LOS OBJETIVOS PUBLICITARIOS
- 2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN
 - 2.2.1 OBJETIVO DE INFORMAR
 - 2.2.2 OBJETIVO DE CONVENCER
 - 2.2.3 OBJETIVO DE RECORDAR
- 2.3 OBJETIVOS DE VENTAS

3. CLASIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD

- 3.1 TIPOS DE PUBLICIDAD
 - 3.1.1 PUBLICIDAD DE MARCA
 - 3.1.2 PUBLICIDAD AL DETALLE
 - 3.1.3 PUBLICIDAD POLÍTICA
 - 3.1.4 PUBLICIDAD POR DIRECTORIO
 - 3.1.5 PUBLICIDAD DE RESPUESTA DIRECTA
 - 3.1.6 PUBLICIDAD DE NEGOCIO A NEGOCIO
 - 3.1.7 PUBLICIDAD INSTITUCIONAL
 - 3.1.8 PUBLICIDAD DE SERVICIO PÚBLICO

4. ELEMENTOS EN LA APLICACIÓN DEL PRESUPUESTO PUBLICITARIO

- 4.1 DECISIONES SOBRE EL PRESUPUESTO
 - 4.1.1 FACTORES A CONSIDERAR
 - 4.1.1.1 CICLO DE VIDA
 - 4.1.1.2 COMPETENCIA Y RUIDO
 - 4.1.1.3 FRECUENCIA DE LOS ANUNCIOS
 - 4.1.1.4 DIFERENCIACIÓN DE LOS PRODUCTOS

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

4.2 MÉTODOS PARA ESTABLECER EL PRESUPUESTO

4.2.1 MÉTODO PERMISIBLE

4.2.2 MÉTODO DEL OBJETIVO Y LA TAREA

4.2.3 MÉTODO DEL PORCENTAJE DE VENTAS

4.2.4 MÉTODO DE PARIDAD COMPETITIVA

5. ESTRATEGIA DE MEDIOS PUBLICITARIOS

5.1 PLANEACIÓN DE MEDIOS

5.2 ELECCIÓN DE MEDIOS

5.2.1 DETERMINAR ALCANCE

5.2.2 DETERMINAR FRECUENCIA

5.2.3 DETERMINAR IMPACTO

5.3 LA ELECCIÓN DEL MEDIO

5.3.1 SELECCIÓN DEL VEHÍCULO ESPECÍFICO

5.4 SELECCIÓN DEL MOMENTO

6. EL PROCESO CREATIVO EN LA PUBLICIDAD

6.1 GENERACIÓN DEL MENSAJE

6.2 EVALUACIÓN DEL MENSAJE

6.3 EJECUCIÓN DEL MENSAJE

6.3.1 DETERMINAR EL ESTILO DEL MENSAJE

7. LA INVESTIGACIÓN PUBLICITARIA.

7.1 EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA

7.2 EL IMPACTO EN LA COMUNICACIÓN

7.3 EL IMPACTO EN LAS VENTAS

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- ANÁLISIS DE CASOS
- PRÁCTICA DE PUBLICIDAD
- ANÁLISIS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

INDEPENDIENTE:

- LECTURAS Y REPORTES DE LECTURA
- INVESTIGACIONES DE CAMPO DE MANERA PERSONAL

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES 30% CADA UNO

UN EXAMEN FINAL 20%

EVALUACIÓN CONTINUA 20% DISTRIBUIDA COMO SIGUE:

PLANEACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA 10%

ANÁLISIS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS 10%

NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: **PUBLICIDAD**

CLAVE:LCC0630

Nº	TIPO	TÍTULO	AUTOR	EDITORIAL	AÑO
1	LIBRO	PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS IMPRESOS	BELTRÁN A. CRUCES, RAÚL	TRILLAS	2003
2	LIBRO	POSICIONAMIENTO: LA BATALLA POR SU MENTE	RIES, AL Y JACK TROUT	Mc GRAW HILL	2001
3	LIBRO	PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN	FERRER, EULALIO	FONDO DE CULTURA ECONÓMICA	2003
4	LIBRO	EL LENGUAJE DE LA PUBLICIDAD	FERRER, EULALIO	FONDO DE CULTURA ECONÓMICA	2003