

Séptimo Cuatrimestre

(1) NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE: **COMUNICACIÓN Y LITERATURA**

(2) CICLO: SÉPTIMO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA:
LCC0731

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

AL FINALIZAR EL CURSO, EL ALUMNO RELACIONARÁ Y COMPARARÁ LAS CARACTERÍSTICAS Y LAS APROPIACIONES ENTRE LITERATURA Y PERIODISMO. DESARROLLARÁ CAPACIDADES Y HABILIDADES PARA LA ESCRITURA, LECTURA COMPRENSIVA, ANÁLISIS CRÍTICO Y REFLEXIÓN TEÓRICA DE TEXTOS LITERARIOS.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. COMUNICACIÓN

- 1.1 PROCESO
- 1.2 FUNCIONES DEL LENGUAJE
- 1.3 NIVELES DE LENGUA
- 1.4 NORMAS
- 1.5 BARBARISMOS: VIDA COTIDIANA Y LITERATURA

2. LITERATURA

- 2.1 GÉNEROS
- 2.2 ÁREAS DE FICCIÓN
- 2.3 AUTOR-NARRADOR
- 2.4 TEMA-ARGUMENTO
- 2.5 CONTEXTOS: DE FICCIÓN, PRODUCCIÓN Y LECTURA
- 2.6 INTERTEXTUALIDAD
- 2.7 ESTRUCTURAS NARRATIVAS

3. LITERATURA Y PERIODISMO

- 3.1 PROCESOS DE ESCRITURA
- 3.2 ENTRECruzAMIENTOS Y APROPIACIONES: ENSAYO Y REPORTAJE
- 3.3 LITERATURA EN INTERNET
- 3.4 LITERATURA Y PERIODISMO: DOS MUNDOS, UN TEMA
- 3.5 INTERTEXTUALIDAD: LITERATURA Y CINE, TEATRO, BELLAS ARTES.

4. TALLER LITERARIO

- 4.1 EL PROCESO DE ESCRITURA: TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS
- 4.2 RECURSOS LITERARIOS
- 4.3 EJERCICIOS DE PRÁCTICA

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- MONTAJE DE UNA OBRA DE TEATRO
- EJERCICIOS DE TALLER LITERARIO
- LECTURA A VIVA VOZ DE TEXTOS LITERARIOS
- LECTURA Y ANÁLISIS CRÍTICO DE BIBLIOGRAFÍA
- DEBATE DE TEXTOS LEÍDOS

INDEPENDIENTES:

- CONSULTA BIBLIOGRÁFICA
- INVESTIGACIÓN DE CAMPO

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES 30% CADA UNO

UN EXAMEN FINAL QUE IMPLICARÁ UNA INVESTIGACIÓN DE CAMPO 30%

EVALUACIÓN CONTINUA 10%

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

(2) CICLO: SÉPTIMO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA:
LCC0732

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

AL TÉRMINO DEL CURSO, EL ALUMNO ADQUIRIRÁ LAS HABILIDADES NECESARIAS PARA ELABORAR PROGRAMAS TELEVISIVOS EN DISTINTOS FORMATOS ASÍ COMO LAS DESTREZAS Y CONOCIMIENTOS PARA LA DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN Y EL ACERCAMIENTO A LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN EN EMPRESAS TELEVISIVAS.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. FORMA DE TRABAJO

- 1.1 PREPRODUCCIÓN
- 1.2 PRODUCCIÓN
- 1.3 POSTPRODUCCIÓN

2. REALIZACIÓN DE PRODUCCIONES

- 2.1 PLANEACIÓN
- 2.2 ELABORACIÓN DEL GUIÓN
- 2.3 ELABORACIÓN DE PLANTA DE PISO
- 2.4 TRABAJO EN FORO
- 2.5 PREPRODUCCION TÉCNICA
- 2.6 GRABACIÓN

3. EDICIÓN

- 3.1 DIFERENTES TIPOS DE EDICIÓN
- 3.2 TITULACIÓN Y CRÉDITOS
- 3.3 GRÁFICAS, LOGOTIPOS, ILUSTRACIÓN
- 3.4 EFECTOS ESPECIALES

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DE UN DOCENTE:

- VISITAS A EMPRESAS TELEVISIVAS
- FAMILIARIZACIÓN CON EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE UNA EMPRESA TELEVISORA

INDEPENDIENTES:

- ANÁLISIS DE PRODUCCIONES TELEVISIVAS

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

2 PRODUCCIONES TELEVISIVAS 30% CADA UNA

COLABORACIÓN CON LAS PRODUCCIONES DE UNA EMPRESA DE TELEVISIÓN LOCAL 30%

EVALUACIÓN CONTINUA 10%

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

(2) CICLO: SÉPTIMO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA
LCC0733

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

AL TÉRMINO DEL CURSO, EL ALUMNO DESARROLLARÁ LAS HABILIDADES DE PLANEACIÓN DE UNA SERIE RADIOFÓNICA A FIN DE INCURSIONAR CON UN PROYECTO EN ALGUNA EMISORA LOCAL.

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. PLANEACIÓN DE UNA SERIE RADIOFÓNICA

- 1.1 ESTRUCTURACIÓN DEL PROGRAMA
- 1.2 PREPRODUCCIÓN
 - 1.2.1 EL LIBRETO
 - 1.2.2 EL REPARTO
 - 1.2.3 NECESIDADES
- 1.3 SERIE EDUCATIVA
- 1.4 SERIE DE DIFERENTES GÉNEROS Y FORMATOS
- 1.5 REALIZACIÓN DE GUIONES

2. PRUEBAS PILOTO

- 2.1 PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN
- 2.2 LOS ENSAYOS
- 2.3 REALIZACIÓN TÉCNICA
- 2.4 EDICIÓN: FÍSICA Y ELECTRÓNICA

3. GRABRACIÓN DE PRODUCCIONES O PROGRAMAS

- 3.1 REALIZACIÓN
- 3.2 ANÁLISIS
- 3.3 EVALUACIÓN GENERAL

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- PLANEACIÓN Y REALIZACIÓN DE UNA SERIE RADIOFÓNICA
- FAMILIARIZACIÓN CON EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE UNA EMPRESA RADIODIFUSORA EN LA PRÁCTICA.

INDEPENDIENTE:

- ANÁLISIS DE PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS
- ELABORACIÓN DE GUIONES RADIOFÓNICOS

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

PLANEACIÓN DE UNA SERIE RADIOFÓNICA 20%

REALIZACIÓN DE UNA SERIE RADIOFÓNICA DENTRO DE UNA EMPRESA LOCAL. 70%

EVALUACIÓN CONTINUA 10%

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

(2) CICLO: SÉPTIMO CUATRIMESTRE

(3) CLAVE DE LA ASIGNATURA:
LCC0734

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

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

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

1. ANTECEDENTES

- 1.1. DESARROLLO HISTÓRICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS
- 1.2. DEFINICIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS
- 1.3. SU UBICACIÓN DENTRO DEL MARKETING MIX
- 1.4. SU RELACIÓN DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN
 - 1.4.1. CRITERIOS
 - 1.4.2. SU UBICACIÓN DENTRO DEL ORGANIGRAMA

2. LA IMAGEN, PERCEPCIÓN Y SENSACIONES EN LAS RELACIONES PÚBLICAS

- 2.1. DEFINICIÓN
- 2.2. DIFERENTES TIPOS DE IMAGEN:
 - 2.2.1. IMAGEN ÓPTICA
 - 2.2.2. IMAGEN MATERIAL
 - 2.2.3. IMAGEN MENTAL
 - 2.2.4. IMAGEN DE MARCA
 - 2.2.5. IMAGEN CORPORATIVA
- 2.6. PERCEPCIÓN
 - 2.6.1. DEFINICIÓN
 - 2.6.2. EL PROCESO PERCEPTIVO
 - 2.6.3. LAS SENSACIONES
- 2.7. DEFINICIÓN DE SENSACIÓN
 - 2.7.1. ELEMENTOS DE LAS SENSACIONES

3. DIFERENCIAS ENTRE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

- 3.1. VENTAJAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS
- 3.2. DESVENTAJAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS
- 3.3. OBJETIVOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS
- 3.4. VENTAJAS DE LA PUBLICIDAD
- 3.5. DESVENTAJAS DE LA PUBLICIDAD
- 3.6. OBJETIVOS DE LA PUBLICIDAD

4. LOS PÚBLICOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

- 4.1. DIFERENTES TIPOS DE PÚBLICOS
- 4.2. SUS CARACTERÍSTICAS
- 4.3. SU IMPORTANCIA

(5) TEMAS Y SUBTEMAS

5. PRINCIPALES INSTRUMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

- 5.1. RELACIONES CON LA PRENSA
- 5.2. COMUNICACIONES DE LA EMPRESA
- 5.3. CABILDEO O LOBBING
- 5.4. ASESORÍAS
- 5.5. EVENTOS ESPECIALES
- 5.6. ACTIVIDADES DE SERVICIOS PÚBLICOS

6. LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS

- 6.1 SONDEO DE LA IMAGEN DE LA EMPRESA CON EL PÚBLICO INTERNO
- 6.2 DIFERENTES TIPOS DE PÚBLICOS INTERNOS:
 - 6.2.1 CON EL PROPIO PERSONAL DE LA ORGANIZACIÓN
 - 6.2.2 FACTORES O ELEMENTOS QUE SE DEBEN TOMAR EN CUENTA CUANDO SE HABLA DEL CLIENTE INTERNO:
 - 6.2.2.1 NECESIDAD DE PERTENENCIA
 - 6.2.2.2 NECESIDAD DE SEGURIDAD
 - 6.2.2.3 NECESIDAD DE MEJORAMIENTO PERSONAL
 - 6.2.2.4 NECESIDAD DE PODER CREADOR
- 6.3 PROGRAMA DE ACTIVIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS:
 - 6.3.1 CONOCIMIENTO DE LA SITUACIÓN ACTUAL
 - 6.3.2 TIPO DE INFORMACIÓN QUE SE DEBE PROPORCIONAR
 - 6.3.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON EL PERSONAL
 - 6.3.4 ÉXITO DEL PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS
- 6.4 CON ACCIONISTAS O PROPIETARIOS, INVERSIONISTAS Y ORGANIZACIONES FINANCIERAS
 - 6.4.1 CONOCIMIENTO DE LA SITUACIÓN ACTUAL
 - 6.4.2 TIPO DE INFORMACIÓN QUE SE DEBE PROPORCIONAR
 - 6.4.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN A EMPLEAR

7. RELACIONES PÚBLICAS EXTERNAS

- 7.1 CON LOS CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES
- 7.2 CON LOS PROVEEDORES
- 7.3 CON EL GOBIERNO
- 7.4 CON LA COMUNIDAD Y LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN
- 7.5 LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES

(6) ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- ANÁLISIS DE PROGRAMAS DE RELACIONES PÚBLICAS
- ELABORACIÓN DE PROGRAMAS DE RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS
- ELABORACIÓN DE PROGRAMAS DE RELACIONES PÚBLICAS EXTERNAS
- VISITAS A EMPRESAS DE LA LOCALIDAD
- REVISIÓN DE VIDEOS

INDEPENDIENTES:

- INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL
- TRABAJO EN EQUIPO

(7) CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

DOS EXÁMENES PARCIALES 20% CADA UNO
UN EXAMEN FINAL 10%

EVALUACIÓN CONTINUA 50%. DISTRIBUIDAS COMO SIGUE:
ANÁLISIS DE CASOS Y DE PELÍCULAS 10%
UN PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS 20%
UN PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS EXTERNAS 20%