

UNIDAD: Cuajimalpa		DIVISIÓN Ciencias de la Comunicación y Diseño	
NIVEL: Licenciatura		EN Ciencias de la Comunicación	
CLAVE: 4502105	UNIDAD DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE: Comunicación en entornos digitales		TRIM: VII al XII
HORAS TEORÍA: 2	SERIACIÓN		CRÉDITOS: 8
HORAS PRÁCTICA: 4			OPT/OBL: OBL.

OBJETIVOS

GENERAL:

Que al final del curso, el alumno sea capaz de:

Diseñar estrategias de comunicación para producir mensajes en distintas técnicas y métodos, para entornos digitales

PARCIALES:

Que al final del curso, el alumno sea capaz de:

1. Reconocer la relevancia de la cobertura y del uso de los entornos digitales en la sociedad.
2. Identificar las teorías y conceptos acerca de los entornos digitales.
3. Examinar las prácticas de diversos actores sociales dentro de los entornos digitales.
4. Emplear los métodos de los entornos digitales.
5. Implementar estrategias de comunicación en la *web*.

CONTENIDO SINTÉTICO

1. Los entornos digitales en la sociedad actual
 - 1.1. Características de los entornos digitales
 - 1.2. Clasificación de los entornos digitales
 - 1.3. Alcance de los entornos digitales
2. Los componentes de los entornos digitales
 - 2.1. Las plataformas digitales (redes sociales, blogs, vlogs, fotologs, etc.)
 - 2.2. Permisividades de los archivos y formatos digitales
3. Análisis de las prácticas en diversos entornos digitales
 - 3.1. Medios digitales personales
 - 3.2. Medios digitales comerciales
 - 3.3. Medios digitales informativos
 - 3.4. Medios digitales de ONG y colectivos

NOMBRE DEL PLAN Licenciatura en Ciencias de la Comunicación		2/3
CLAVE 4502105	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Comunicación en entornos digitales	

4. Diseño de una estrategia de comunicación
 - 4.1. Elección de audiencias
 - 4.2. Elección de medios
 - 4.3. Elaboración de contenidos
 - 4.4. Elaboración de recursos (imágenes, videos, textos, etiquetas, etc.)
 - 4.5. Implementación y seguimiento de una estrategia de comunicación
5. Tecnologías y procedimientos para el registro, la producción y la manipulación del sonido y de la imagen en movimiento

MODALIDADES DE CONDUCCIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

- Exposiciones temáticas individuales del profesor y de los alumnos
- Investigación documental
- Exposición Individual y/o grupal
- Reportes de lectura
- Entrega de trabajos escritos
- Entrega de trabajos prácticos
- Uso de la tecnología para el aprendizaje

MODALIDADES DE EVALUACIÓN.

Evaluación Global:

Se ponderarán las siguientes actividades a criterio del profesor:

- Tareas individuales.
- Presentación de ejercicios y prácticas.
- Participación en los procesos de producción.
- Examen escrito.
- Diseño y realización de un proyecto final de comunicación en que se desarrollen los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes:
 - Una intención comunicativa legible, crítica y ética.
 - Un dominio de la materia de expresión de la UEA y su concreción en contenidos pertinentes.
 - Una integración armónica entre técnica, contenido e intención comunicativa.
 - Un proceso de investigación que dé fundamento teórico y social al proyecto.
 - Una organización en equipo respetuosa, eficiente y colaborativa.
 - Un resultado evaluable con criterios de relevancia social y calidad profesional.

La evaluación tendrá un importante componente cualitativo y colegiado en el que los alumnos y los responsables del curso expresen observaciones y opiniones concretas y argumentadas.

Sobre inteligibilidad; apego a valores sobre responsabilidad social; respeto a los derechos humanos y a las diversidades biológicas y culturales: relevancia para el contexto natural o social y que sea importante para el público; debe ser atractivo e invitar a la reflexión.

NOMBRE DEL PLAN Licenciatura en Ciencias de la Comunicación		3/3
CLAVE 4502105	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Comunicación en entornos digitales	

Evaluación de Recuperación:

- El alumno deberá presentar una evaluación teórico-práctica que contemple todos los contenidos del curso.
- El alumno previamente deberá de ponerse en contacto con el profesor para saber que ejercicios y trabajos deberá de entregar.

BIBLIOGRAFÍA NECESARIA O RECOMENDABLE

- McLuhan, M., Powers, B.R. (1995). *La aldea global*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Jansen, B. J., Spink, A., & Taksa, I. (2008). *Handbook of Research on Web Log Analysis*. USA: Information Science Reference.
- Kawasaki, G., & Fitzpatrick, P. (2014). *The Art of Social Media: Power Tips for Power Users*. USA: Penguin.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. USA: Yale University Press.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de internet*. España: Alianza Editorial.
- Kulesz, O. (2017). *Culture in the Digital Environment: Assessing impact in Latin America and Spain*. France: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Rogers, D. L. (2016). *The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age*. USA: Columbia University Press
- Halvorson, K., & Rach, M. (2012). *Content Strategy for the Web*. USA: New Riders.