



ACADEMIA DE MULTIMEDIA

ACADEMIA DE MULTIMEDIA						
I	NOMBRE DE LA MATERIA	Producción de medios para internet				
	TIPO DE ASIGNATURA	Curso-Taller	CLAVE	IF190		
II	CARRERA	Ingeniería en Comunicación Multimedia (CML)				
	ÁREA DE FORMACIÓN	Básica Común Obligatoria				
III	PRERREQUISITOS	Ninguno				
IV	CARGA GLOBAL TOTAL	80 hrs	TEORÍA	48 hrs	PRÁCTICA	32 hrs
V	VALOR EN CRÉDITOS	8 Créditos				
FECHA DE CREACIÓN		Mayo de 2000				
FECHA DE MODIFICACIÓN		Diciembre de 2014				
FECHA DE EVALUACIÓN		Junio de 2017				

VI. COMPETENCIA GENERAL

El alumno comprende y aplica la producción de los principales medios de comunicación en internet (Cyber-medios), que actualmente están captando la atención de la mayoría del público, apoyados en otras herramientas de comunicación online y así poder vincular estos con los productos multimedia para informar y comunicar contenidos en portales o páginas web.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- 1) El alumno conoce el proceso periodístico para la creación de notas y reportajes
- 2) El alumno conoce el proceso de producción radiofónica por internet
- 3) El alumno conoce el proceso de producción televisiva por internet
- 4) El alumno comprende la importancia de otras herramientas de comunicación online
- 5) El alumno aplica sus conocimientos al desarrollo de un portal o una página web

VII. CONTENIDO TEMÁTICO

Presentación del Curso:

La producción de medios para internet implica el manejo de los medios tradicionales aplicados a la multimedia. La realización de páginas y portales se basan en dichas prácticas y conjugan el proceso de investigación periodística, la producción radiofónica y televisiva y el desarrollo de la publicidad por internet.

En la primera unidad de aprendizaje, se darán a conocer los aspectos generales de internet, su historia, las primeras utilidades, su evolución y como se fueron integrando los medios de comunicación a esta red de información y comunicación.

En la segunda unidad de aprendizaje, se analizará el periodismo electrónico, su importancia, la prensa digital actual así como los elementos que conforman el periódico electrónico y los pasos para hacer uno.



En la tercera unidad de aprendizaje, se verá la producción radiofónica en la red, desde qué es el streaming hasta las estaciones actuales, las ventajas de este medio cómo se produce y todas las características de la radio en internet.

En la cuarta unidad de aprendizaje, entraremos a la publicidad en internet o marketing on-line que actualmente está teniendo mucha fuerza, su ventajas y formas de anunciarse en la red, así como la realización de desplegados para subir a la red. Y en la quinta y última unidad de aprendizaje, veremos la televisión y el cine por internet como se han desarrollado, y cómo se producen.

UNIDAD I. ANTECEDENTES

Competencia: Recordar qué es Internet, viendo los aspectos generales de su historia y su evolución para conocer a fondo el medio o canal de comunicación y aprovechar sus beneficios, integrando los medios ya conocidos.

Contenido Temático:

- 1.1 Qué es Internet
- 1.2 Aspectos generales de la historia de Internet
- 1.3 Las primeras utilidades
- 1.4 La evolución de la red internacional
- 1.5 La integración de los medios informativos en la red

UNIDAD II. EL PERIODISMO ELECTRÓNICO

Competencia: Conocer los avances que el periodismo electrónico ha tenido, los elementos que lo conforman y su importancia, para así realizar notas periodísticas con calidad para la red.

Contenido Temático:

- 2.1 Importancia del medio escrito en la web
- 2.2 Los primeros periódicos electrónicos
- 2.3 Prensa digital actual
- 2.4 Elementos que conforman un periódico electrónico
- 2.5 Structural interactivity in online newspapers
- 2.6 Géneros periodísticos
- 2.7 El layout
- 2.8 Realización de notas periodísticas para página web



UNIDAD III. LA PRODUCCION RADIOFÓNICA EN LA RED

Competencia: Definir qué es la radio en internet ver sus ventajas, la manera de producirla y sus formatos así como aspectos técnicos a tomar en cuenta para que se escuche en la red.

Contenido Temático:

- 3.1 La radio en internet
- 3.2 Estaciones de radio en la red
- 3.3 The advantage of internet radio
- 3.4 Cómo se produce la radio por internet
- 3.5 Formatos de compresión sonoros
- 3.6 Aspectos técnicos de la radio en internet
- 3.7 La producción radiofónica en la red

UNIDAD IV. PUBLICIDAD EN INTERNET Y HERRAMIENTAS 2.0 DE COMUNICACIÓN ONLINE

Competencia: Realizar desplegados de publicidad y promocionar las páginas web que se realicen explotando las ventajas del medio y las formas de anunciarse en la red. Conocer y aplicar las herramientas de comunicación más usadas por el público objetivo que dan soporte a los medios tradicionales.

Contenido Temático:

- 4.1 La publicidad vía internet
- 4.2 Ventajas que ofrece la red para anunciantes
- 4.3 Formas de anunciarse por la red
- 4.4 Realización de desplegados publicitarios para subir a la red
- 4.5 Herramientas 2.0 de comunicación online que dan soporte a los medios tradicionales: Redes sociales, weblogs, foros y encuestas.

UNIDAD V. TELEVISIÓN Y CINE POR INTERNET

Competencia: Conocer la producción de la televisión y el cine por internet así como su desarrollo para enriquecer cualquier trabajo multimedia.

Contenido Temático:

- 5.1 El desarrollo de la televisión por internet
- 5.2 Cine digital transmitido por la red
- 5.3 Cómo se produce televisión por internet
- 5.4 Cómo se produce cine por internet
- 5.5 Realización de producción televisiva por internet
- 5.6 Realización de cortometraje para internet

VIII. MODALIDAD DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Las modalidades aprobadas para la impartición de este curso son:



- a) **Presencial: 100% presencial;** Las actividades de enseñanza y aprendizaje se llevan a cabo en una aula o laboratorio.

Las sesiones estarán compuestas por los siguientes elementos:

- El docente explicara los principales conceptos de la materia a través de exposiciones y ejemplos claros de dichos conceptos.
- El alumno desarrollara conceptos periodísticos, radiofónicos, televisivos y publicitarios con base en lo visto en clase.
- Dicha materia se estructura como taller debido a que implica conocimientos teóricos y prácticos
- Aplicación de 1 examen individual con un valor de 10%, después de la unidad 3. Proyecto final 35%.

El método de enseñanza es Explicativo-Ilustrativo lo cual permite descartar y explorar los factores variables que intervienen en el fenómeno que nos proponemos a investigar. el alumno se apropia de conocimientos elaborados y reproduce modos de actuación que ya el conoce. Dicha materia se estructura como taller debido a que implica conocimientos teóricos y prácticos.

Las técnicas de aprendizaje a utilizar en el curso son las siguientes: a) Dinámicas de integración de equipos, de evaluación de productos, de trabajo en grupos e individual, así como ejercicios de mesa redonda, lluvia de ideas y foros de discusión dirigida; b) Exposiciones y análisis de contenidos temáticos; c) Lectura Comentada, Instrucción Programada de actividades, Estudio de Casos y experiencia Estructurada; y d) Tareas y proyectos de manera individual con valor de 35%. Ejemplo de %: Presentación (2%); Contenido (4%); conclusión (2%); y Ortografía (2%).

El curso contendrá 5 unidades de aprendizaje, de las cuales cada una de ella contendrá una evaluación diagnostica, una actividad preliminar, 3 actividades de aprendizaje relacionada con los contenidos temáticos que se manejaran, 1 actividad final de cada unidad o evaluación parcial, y al final del curso entregara un producto final de aprendizaje denominado *producto multimedia*. Otro tipo de actividades desarrolladas en las sesiones son la lectura previa y discusión de contenidos, trabajos de investigación y la exposición del profesor.

Los recursos didácticos que utiliza el curso para su óptima impartición son: a) Aula de clases con capacidad para 40 alumnos; b) Pintaron normal, plumones para pintaron; c) Smart Board ó laptop y un cañón proyector o televisión; d) materiales varios como cinta adhesiva, plumones, hojas blancas, fotocopiadores y cualquier otro material empleado por las dinámicas de trabajo; y e) Uso de correo electrónico para apoyo en la distribución de materiales y recursos, así mismo para la entrega de trabajos de los estudiantes.



El curso de Producción de Medios para Internet exige la participación de sus estudiantes en actividades extracurriculares como son la participación en conferencias, y talleres de índole cultural, deportiva, social y educativa relacionado con su campo de formación.

IX. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Bauducco, Gabriel. (2001). *Secretos de la entrevista*. México: Trillas
- Estévez, Jaime. (2002). *Periodismo en la red*. España: Anaya.
- Meeker, Mary. (2001). *La publicidad en internet*. México: Ediciones Granica.
- Orihuela, José Luis, (2015). *Los medios después de internet*. Barcelona: UOC.
- Russell, J. Thomas, Lane, W. Ronald & Whitehill King, Karen. (2005). *Kleppner: Publicidad* (16^a. ed.). México: Prentice Hall.
- Thomson, Herbert Zetl. (2000). *Manual de producción de televisión*. México: Leraning
- Wolton, Dominique. (1999). *Internet, ¿Y después?*. Barcelona, España: Gedisa.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Di Palma, G. (2010). *Introducción al periodismo: Internet y tecnología digital: prensa gráfica- radio y TV*. E- libro Biblioteca digital UDG. Brujas.
- Döbler, H. (2006). El periodismo online. ¿Amenaza de muerte al periodismo tradicional?. *Red Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*. E-libro Biblioteca digital UDG.
- Martinez, A. José. (1988). *Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, video y radio*. Madrid.

X. CONOCIMIENTOS, APTITUDES, ACTITUDES, VALORES, CAPACIDADES Y HABILIDADES QUE EL ALUMNO DEBE ADQUIRIR

El curso de Producción de Medios para Internet tiene como finalidad formar al estudiante con conocimientos de los medios de comunicación en la red como canal y medio de distribución para lograr proponer, implementar y evaluar, soluciones integrales y eficientes a los problemas de comunicación y publicidad de las organizaciones, mediante el manejo de las tecnologías y sistemas de información, implementando los productos multimedia en diversos contextos.

Aptitud: Capacidad y disposición para el buen manejo de la comunicación y tecnología con habilidad para ejercer ciertas tareas minimizando tiempo y esfuerzo, logrando con esto las condiciones idóneas para realizar actividades dependiendo el área laboral.

Actitud: Se pretende que el alumno, cuente con una conducta positiva hacia el manejo de herramientas necesarias para el conocimiento de la información, comunicación y las tecnologías en la actualidad.



Valores: Se pretende que el alumno al finalizar el curso, le permita manifestar su identidad en relación a sus nuevos conocimientos tanto en su trayecto escolar con su relación con el exterior.

Conocimiento: Este curso tiene como objetivo principal el llevar a cabo un proceso de creación de productos tipo multimedia, así como de retroalimentación de información necesaria a través de dinámicas de evaluación para reafirmar y estimular la fases de producción multimedios.

Capacidades: El alumno tendrá la capacidad de poder resolver un problema en el área de la producción multimedia, así como también mejorar los procesos en tiempo y forma para realizarlo dependiendo de las circunstancias en que se presente.

Valores Éticos y Sociales: El estudiante debe trabajar individualmente (Responsabilidad y puntualidad); Valorar objetivamente el trabajo y opiniones de sus compañeros (Respeto); Resolver exámenes individualmente (Honestidad); Valorar el método de la ciencia como un camino que nos conduce a la verdad (Valorar la verdad); Auto motivarse para administrar su propio tiempo y cumplir con las tareas que se le asignen en el curso (Entusiasmo y responsabilidad); Aprender la cultura; Criticar y ser criticado en forma constructiva (Respeto); y Valorar el trabajo en equipo para su fortalecimiento (Integración en equipo)

Competencias transversales:

- a) *Instrumentales:* Administración y Gestión, será utilizada durante la mayor parte del curso debido a que el alumno tendrá que aplicar esto en el desarrollo de los medios de comunicación en internet para que sean funcionales, visualmente atractivos y cumplan con el objetivo marcado.
- b) *Interpersonales:* Trabajo en equipo de carácter interdisciplinario, se aplicara todo el curso porque es mediante el trabajo con los compañeros la manera por la cual se desarrollaran los proyectos, ya que son productos que requieren mucho trabajo y el alumno tiene que aprender a convivir con más formas de pensar, iniciando desde el aula.
- c) *Sistémicas:* Gestión de proyectos, a lo largo de todo el curso los alumnos en sus equipos de trabajo aprenderán a desarrollar su capacidad de gestión para involucrarse en los proyectos de comunicación que diseñarán como periódico, radio y tv por internet, obteniendo al final un producto de calidad y profesionalismo.

XI. CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL

El alumno que curse esta materia tendrá la capacidad de crear portales y páginas web con base en la producción de los distintos medios de comunicación e información aplicados a internet. Deberá manejar los conceptos periodísticos, televisivos y radiofónicos además de complementar las campañas publicitarias utilizando las bondades de internet.



XII. EVALUACIÓN

La evaluación del curso se realizara con fundamento en el Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara.

1) ASPECTOS A EVALUAR (Criterios de evaluación)

- a) **Participación;** en este criterio se incorporan las participaciones individuales y por equipo, las asistencia a las sesiones presénciales, la puntualidad en la entrega de los actividades de aprendizaje, así como la disposición y responsabilidad para el aprendizaje del curso
- b) **Trabajos de aprendizaje:** a este rubro pertenecen la recepción, revisión y evaluación de los trabajos y actividades de aprendizaje que se desarrollaran en el curso, tales como las act. Preliminares, las de contenidos, las integradores, la participación en foros temáticos y la entrega de los productos finales.
- c) **Productos de aprendizaje;** aquí se manejaran las evaluación periódicas, para las cuales se proponen 2 evaluaciones, una por cada dos unidades de aprendizaje (en total 5 del curso), contabilizando también el resultados de las evaluaciones de los expertos y el resultado del producto final del curso

2) MEDIOS DE EVALUACIÓN

- a) Tablas de seguimiento y evaluación individual de estudiantes
- b) Resolución de casos de estudio y ejercicios prácticos
- c) Actividades o trabajos en cada unidad de aprendizaje
- d) Trabajos de investigación (escritos y documentos)
- e) Elaboración de productos y materiales tipo multimedia (página web, streaming, video y publicidad)

3) MOMENTOS DE EVALUACIÓN

- a) **Pre-evaluación (antes):** Los instrumentos que la caracterizan se concentran en el evaluado, a fin de mostrar una radiografía o mapa de los rasgos distintivos de un individuo o de un grupo.
- b) **Evaluación en proceso (durante):** consiste en evaluar las los logros y avances de los estudiantes. Los instrumentos son ejercicios prácticos, informes.
- c) **Post-evaluación (después):** constituye el cierre del proceso. Su función es verificar / certificar que los conocimientos correspondan a los criterios y metodología acordado durante el proceso de enseñanza-aprendizaje del curso.

La manera de evaluar será de la siguiente manera: Se evaluará la primera, segunda y tercera unidad de aprendizaje con un examen, y la cuarta y quinta con otro examen también (2 en total); en cada unidad de aprendizaje el alumno expondrá de manera individual su tema y será evaluado por sus compañeros. También se propone que al final se entrega una página



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

web terminada con todos los productos multimedia integrados con sus características correspondientes.

4) PORCENTAJE DE CADA UNO DE LOS CRITERIOS

- | | |
|--|-----|
| a) Participación (asistencia y tareas) | 20% |
| b) Trabajos de aprendizaje (por unidad y proyecto final) | 45% |
| c) Productos de aprendizaje (exámenes y expo) | 35% |

XIII. TIPO DE PRÁCTICAS

Las prácticas que el curso exige son: a) vinculación con empresas e instituciones cuyos productos o servicios son tipo multimedia mediante una investigación documental y análisis situacional; b) elaboración de un producto multimedia basado en procesos de producción de materiales a partir de las necesidades de personas, empresas o instituciones, y c) participación de los estudiantes en actividades de investigación y difusión de conocimientos relacionados con el campo de la multimedia.

XIV. MAESTROS QUE IMPARTEN LA MATERIA

HERNÁNDEZ ARIAS ROSA VANESSA (2929902)

E-Mail: vanessa.udg@gmail.com

Profesor con grado de Lic. En Diseño para la Comunicación Gráfica, Egresado de la Universidad de Guadalajara, en la ciudad de Guadalajara, con experiencia en el área de Diseño de marca, Diseño Editorial, Publicidad e Impresión. Actualmente es la Directora Creativa de su propia empresa de Diseño y Publicidad en Puerto Vallarta, Jal. Conocimientos en manejo de grupo, pedagogía y comunicación interpersonal. Uso de equipo tecnológico y software especializado tipo multimedia.

M.T.A. HUGO ISAAC GALVÁN ÁLVAREZ (8906637)

E-mail: hugoisaac@hotmail.com

Ubicación: Edificio de Investigación y posgrado 2do Piso.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISIÓN DE INGENIERÍAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

XV. PROFESORES PARTICIPANTES

CREACIÓN DEL CURSO:

MODIFICACIÓN DEL CURSO:

EVALUACIÓN DEL CURSO: Mtro. Oscar Solís Rodríguez

Ing. Eduardo Robles Marcocchio

Vo. Bo.

Mtro. Oscar Solís Rodríguez

Presidente de la Academia de Multimedia

Dr. Aurelio Enrique López Barrón

Jefe del Depto. de Ciencias y Tecnologías de la
Información y Comunicación

Dr. Jorge Ignacio Chavoya Gama

Director de la División de Ingenierías

Aprobado 2017B