

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS
PROYECTOS DE HIPERMEDIA

Elaboró:	Mtro. Alejandro Cuadros Medina	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. Gustavo Adolfo Rodríguez Villar	Unidad Académica Profesional Huehuetoca
	Mtro. Ángel Alvarez Solleiro	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. Francisco Javier Martínez López	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Fecha de aprobación:	H. Consejo Académico	H. Consejo de Gobierno
	14 de diciembre 2021	15 de diciembre 2021

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS
PROFESIONALES



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	9
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	9
VII. Acervo bibliográfico.	11



I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Unidad Académica Profesional Huehuetoca**

Estudios profesionales **Licenciatura en Comunicación, 2018**

Unidad de aprendizaje **Proyectos de hipermedia**

Carga académica	1	3	4	5
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Carácter **Obligatoria** Tipo **Taller** Periodo escolar **Sexto**

Área curricular **Comunicación** Núcleo de formación **Sustantivo**

Seriación **Ninguna** **Ninguna**
UA Antecedente UA Consecuente

Formación común
Licenciatura
No presenta **X**



II. Presentación del programa de estudios.

El crecimiento de internet a evolucionado en gran medida y a la par la demanda de los usuarios porque sea cada día más dinámico; las nuevas herramientas, aplicaciones y productos requieren de interactividad y de ir desarrollándose en conjunto, con ello se logra que sea un proceso transdisciplinario e involucre a diferentes áreas para presentar productos que den respuesta a la demanda inteligente de productos que llegan a su destino de manera automatizada, conocidos como hipermedios, alcanzando una importante presencia en el mercado digital actual.

Esta Unidad de Aprendizaje, Proyectos de Hipermedia, está constituida por cuatro unidades temáticas. En la primera unidad, se aportarán conocimientos al estudiante, sobre la contextualización de lo que es hipermedia a través de los dos modelos base, que sustentan la parte teórica de esta área y su evolución, hasta llegar a la consolidación de su propio lenguaje. En la segunda unidad, se analiza y expone la narrativa de la hipermedia a través del hipertexto, la usabilidad e interactividad para fortalecer el conocimiento de la narrativa transmedia, sin dejar de lado los derechos de autor de todos sus componentes. Para la tercera unidad, se presentan diferentes softwares como herramientas para el diseño de los proyectos hipermedia, que contienen diferentes medios. Por último, la cuarta unidad comprende la construcción de productos hipermedia, a través de diferentes herramientas que ayuden en el desarrollo de la interactividad, para poder lograr resultados óptimos en relación al mundo hipermedia.

Proyectos hipermedia contribuye a la formación profesional del estudiante y le da conocimientos y herramientas que le apoyarán en sus prácticas laborales, aplicando las habilidades adecuadas para la resolución de proyectos interactivos. De la misma manera, se generan bases sólidas para el campo laboral, acrecentando su fortaleza de empleo en el ámbito digital y en la sociedad red.



Departamento de Desarrollo Curricular

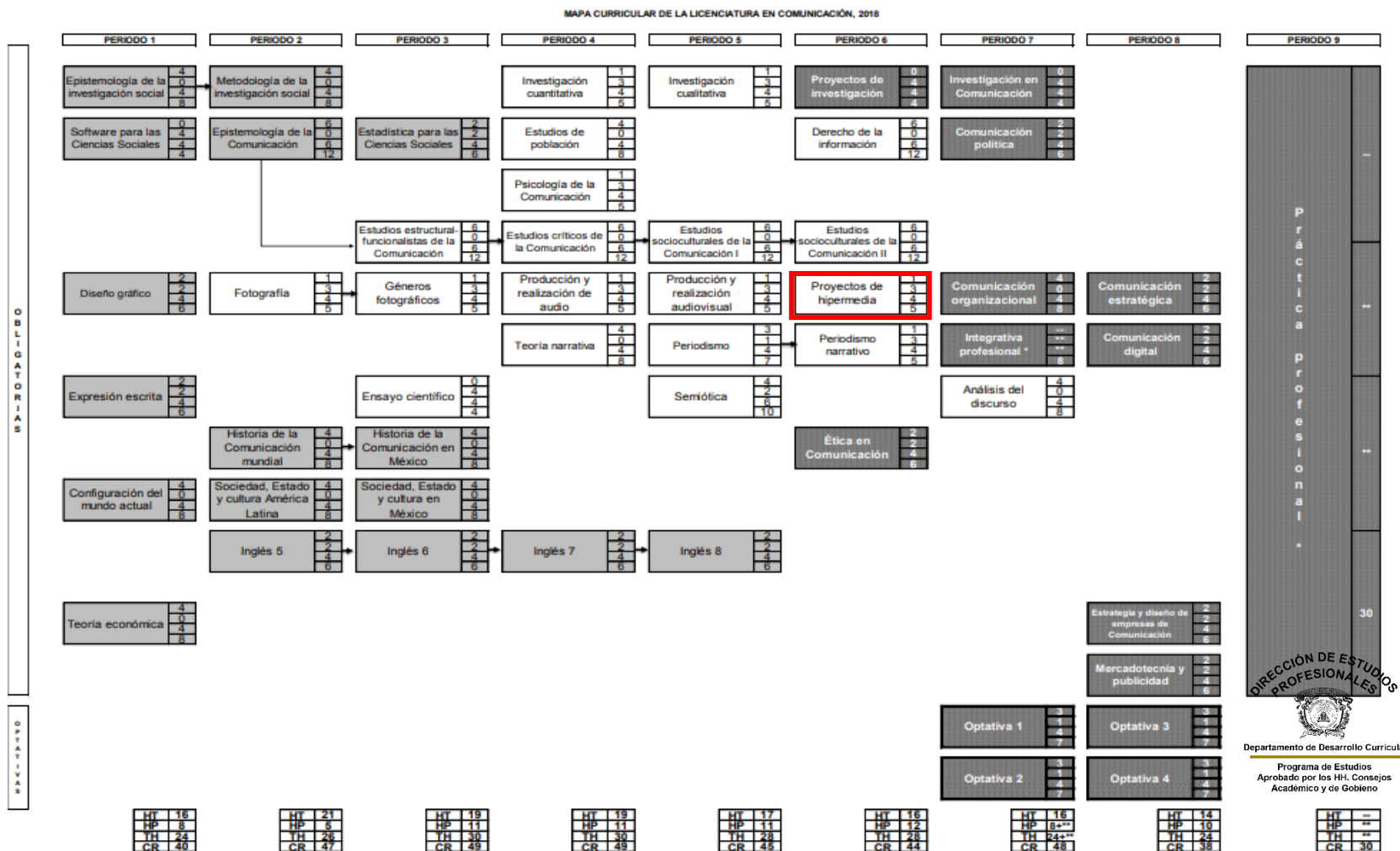
Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación
 Reestructuración, 2018
 Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular





Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación
Reestructuración, 2018
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8																
						<table border="1"> <tr><td>Guionismo</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Guionismo	3		1		4		7									
Guionismo	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Producción editorial</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Producción editorial	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Periodismo digital</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Periodismo digital	3		1		4		7
Producción editorial	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Periodismo digital	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Comunicación y cambio social</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y cambio social	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Comunicación y educación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y educación	3		1		4		7
Comunicación y cambio social	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Comunicación y educación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Relaciones públicas</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Relaciones públicas	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Estrategias de Comunicación política</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estrategias de Comunicación política	3		1		4		7
Relaciones públicas	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estrategias de Comunicación política	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1"> <tr><td>Derechos de autor</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Derechos de autor	3		1		4		7								
Derechos de autor	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1"> <tr><td>Intercultural comunicación¹</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Intercultural comunicación ¹	3		1		4		7								
Intercultural comunicación ¹	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Arte y Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Arte y Comunicación	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Estudios sobre cine</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estudios sobre cine	3		1		4		7
Arte y Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estudios sobre cine	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Economía política de la Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Economía política de la Comunicación	3		1		4		7									
Economía política de la Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los H4. Consejos
Académico y de Gobierno

SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

⇒ 11 líneas de seriación

Créditos mínimos 22 y máximos 49 por periodo escolar.

* Actividad académica.

** Las horas de la actividad académica.

¹ UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

	Núcleo básico obligatorio.
	Núcleo sustantivo obligatorio.
	Núcleo integral obligatorio.
	Núcleo integral optativo

PARAMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA	52 18 70 122
---	-----------------------

Total del núcleo básico:
acreditar 17 UA para
cubrir 122 créditos

Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA	58 34 92 150
---	-----------------------

Total del núcleo sustantivo:
acreditar 20 UA para cubrir
150 créditos

Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar: 9 UA + 2 *	16 20** 36** 90
---	--------------------------

Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4	12 4 16 28
--	---------------------

Total del núcleo integral:
acreditar 13 UA + 2 * para
cubrir 118 créditos

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

UA obligatorias	46 + 2 Actividades académicas
UA optativas	4
UA a acreditar	50 + 2 Actividades académicas
Créditos	390



IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos generales de los estudios profesionales de la Licenciatura en Comunicación, formar profesionales críticos y creativos en materia de procesos comunicativos mediáticos y no mediáticos con la finalidad de favorecer la opinión pública, el acceso y uso de los medios de comunicación, y de esta manera considerar a la información como base de la formación de modelos elementales de orden y de la comunicación como única posibilidad de generación de vida cultural y de esta manera contribuyan al progreso social, económico, y cultural del país.

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y la justicia.

Particulares

- Analizar procesos comunicativos desde diferentes perspectivas teóricas de la comunicación, a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para realizar investigaciones que expliquen fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional, nacional e internacional y que contribuyan al desarrollo social y cultural.



- Evaluar proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos desde la teoría de sistemas, estructural funcionalista, e interaccionismo simbólico, a través de la identificación de sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, no mediáticos, híbridos, propios de los contextos culturales para preservar el tejido social, la solidaridad, la corresponsabilidad y potenciar los vínculos sociales así como coadyuvar en el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica desde la teoría de sistemas, a través de la revisión del proceso de comunicación interpersonal e institucional para la elaboración de modelos de análisis y contenidos comunicativos, mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios y contribuir al desarrollo económico-social-político.
- Evaluar productos comunicativos de orden material y/o discursivos claros y críticos para organizaciones y medios de comunicación y cultura mediante la aplicación de la teoría del discurso, la teoría de la narración, teorías de la comunicación, sociotecnología y técnicas fotográficas y creativas para la producción de audio y audiovisual, para promover la diversidad en los medios de comunicación y garantizar el derecho a la información en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos a través del análisis de las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos como: nota informativa, entrevista, la crónica y el reportaje; e interpretativos: artículo, columna, editorial y cartón, y su intencionalidad comunicativa para favorecer la formulación de la opinión pública respecto a problemáticas, actores sociales o cuestiones públicas y promover el reconocimiento y garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación
- Evaluar campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas a través de técnicas de la mercadotecnia y de la administración, sistemas científicos de argumentación, para contribuir al desarrollo político, social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.

Objetivos del núcleo de formación:

Desarrollará en el alumno el dominio teórico, metodológico y axiológico del campo de conocimiento donde se inserta la profesión.

Comprenderá unidades de aprendizaje sobre los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para dominar los procesos, métodos y técnicas de trabajo; los principios disciplinares y metodológicos subyacentes; y la elaboración o preparación del trabajo que permita la presentación de la evaluación profesional.



Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Apreciar las propuestas teóricas más significativas de las ciencias de la comunicación: estructural-funcionalismo; estudios críticos; estudios socioculturales, a través del estudio de perspectivas teórico-metodológicas: históricas, cuantitativas, cualitativas, que permitan analizar e intervenir en problemáticas de la comunicación social y la cultura.

Crear productos comunicativos, empleando técnicas de producción y realización de audio y audiovisual, de hipermedia, de diseño gráfico, fotografía, periodismo, para mejorar la comunicación estratégica y organizacional.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Crear productos de hipermedios empleando los conceptos y recursos teórico-prácticos básicos de la *World Wide Web* y usando herramientas de interactividad entre los diferentes medios de comunicación, lograr una óptima usabilidad en la planificación y construcción de un producto de hipermedios.

VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

Unidad temática 1. Contextualización de hipermedia.
Objetivo: Analizar los antecedentes y objetivos de la hipermedia, mediante sus diferentes modelos aplicables para comprender el impacto de la evolución de la web.
Temas: 1.1 Conceptualización y objetivos de hipermedia. 1.2 Modelo de Dexter. 1.3 Modelo de Amsterdam. 1.4 Periodos evolutivos de la Web. 1.5 Semántica de la web.



Unidad temática 2. La hipermedia como estructura narrativa.

Objetivo: Analizar la estructura narrativa de la hipermedia, a través del hipertexto, la interactividad, la usabilidad e interfaz, para comprender la narrativa transmedia y sus derechos de autoría

Temas:

- 2.1 La narrativa hipermedia
- 2.2 El hipertexto e interactividad.
- 2.3 Usabilidad e interfaz.
- 2.4 Narrativa transmedia.
- 2.5 Derechos de autor y tipos de licenciamiento.

Unidad temática 3. Herramientas para proyectos hipermedia.

Objetivo: Diseñar proyectos hipermedia a través de softwares adecuados para la imagen, el audiovisual y la web, para presentar productos comunicativos de hipermedia.

Temas:

- 3.1 Software para la edición de fotografía, audio y video.
- 3.2 Software para la creación de sitios web.
- 3.3 Software para el diseño de aplicaciones móviles.
- 3.4 Software para la gestión de Redes Sociales.

Unidad temática 4. Animación para hipermedia.

Objetivo: Construir productos hipermedia, a través de herramientas de animación, para lograr una interactividad optimizada.

Temas:

- 4.1 Infografías animadas: 2D y 3D
- 4.2 Motion Graphics
- 4.3 Realidad Aumentada



VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

- Cordero, J. (2020). *Copywriting para consultores*. México: Amazon.
- De Vega, A. L. (2017). *Animación de elementos 2D y 3D*. México: Alfaomega.
- Navarro, F., Martínez A. y Martínez, J. M. (2018). *Realidad virtual y Realidad Aumentada Desarrollo de Aplicaciones*. Madrid, España: Ra-Ma.
- Jenkins, H., Ford, S., y Green, J. (2015). *Cultura Transmedia. La creación de contenido y el valor en una cultura en red*. Barcelona, España: Gedisa.
- Scolari, Carlos. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, España: Deusto.
- Moreno, R. M. (2021). *Publicidad en Redes Sociales Curso Práctico*. Madrid, España: Ra-Ma.
- Smiers, Joost. (2006). *Un mundo sin Copyright. Artes, medios y globalización*. Barcelona, España: Gedisa.
- Navarrete Terraza, Toni. (2000). *Modelos Hipermedia*. España: Universitat Pompeu Fabra. Doctorado en Informática i Comunicació Digital.
- Alcántara, Jose F. (2008). *La sociedad de control. Privacidad, propiedad intelectual y el futuro de la libertad*. Barcelona, España: Ediciones El Cobre.
- Stallman, R., Ming W., Rendueles, C., y McLeod, K. (2008). *Contra el copyright*. México: Tumbona Ediciones
- Scolari, Carlos. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. España: Gedisa.
- Díaz Pérez, P, Catenazzi, N. y Aedo Cuevas, I. (1997). *De la multimedia a la hipermedia*. México: Editorial Ra-Ma.
- Arques i, Salvador, Neus. (2005). *Aprender Comunicación Digital*. España: Ed. Paidós.
- Ryan, Marie-Laure. (2004). *La narración como realidad virtual : la inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos*. Barcelona, España: Paidós
- Moreno, Isidro. (2002). *Musas y nuevas tecnologías: el relato hipermedia*. Barcelona, España: Paidós
- Torres Parra, Carlos Roberto. (2007). *Hipermedia como narrativa web Posibilidades desde la periferia. Signo y Pensamiento*. vol. XXVI, núm. 50, enero-junio, pp. 148-159, Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia
- Navarro, Fernando. (2018). *Realidad virtual y realidad aumentada: desarrollo de aplicaciones*. Madrid, España: Ra-Ma.
- De Kerckhove, Derrick. (1999). *Inteligencias en conexión: hacia una sociedad en la web*. Canada: Gedisa.



Complementario:

- López, Alejandra. (s/a). *Un acercamiento a la Teoría de la Comunicación Multimedia*. Seminario de Investigación, Arte: Imagen y Realidad. Recuperado: 20 de junio de 2021, de http://blogs.fad.unam.mx/asignatura/fidencio_lopez/wp-content/uploads/2013/07/TeoríaDa-de-la-Comunicación-Multimedia.pdf
- Pérez, Tomás A. Gutiérrez, J. López R. González A. & Vadillo J. A. (2001). *Hipermedia, adaptación, constructivismo e instructivismo*. Inteligencia Artificial, Revista Iberoamericana de Inteligencia Artificial. No.12 (2001), pp. 29-38.
- Mas i Hernández, Jordi. (2005). *Software libre: técnicamente viable, económicamente sostenible y socialmente justo*. Barcelona, España: Infonomia.
- López, Rita. (2010). *Desarrollo de aplicaciones multimedia*. México: Editorial Limusa.
- Rivero, Cristófol A. (2010). *Didáctica de la historia y multimedia expositiva*. Barcelona, España: Editorial Graó.
- Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. España: Paidós.
- Franco, Guillermo. (2009). *Necesidades de formación para medios digitales en América Latina*. España: Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).
- Galán Ugartemendía, José I. (2012). *Narrativa trnsmedia*. Barcelona, España: Intitut de la Comunicació (InCom-UAB).