



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS

EXPRESIÓN ESCRITA

Elaboró:

Lic. María Nuria Ferreira Mañá

Facultad de Ciencias
Políticas y Sociales

Dr. Lenin Rafael Martell Gámez

Facultad de Ciencias
Políticas y Sociales

**Fecha de
aprobación:**

H. Consejo Académico

H. Consejo de Gobierno

17 de octubre de 2018

17 de octubre de 2018

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte

Estudios profesionales

Unidad de aprendizaje Clave

Carga académica
Horas teóricas Horas prácticas Total de horas Créditos

Carácter Tipo Periodo escolar

Área curricular Núcleo de formación

Seriación

UA Antecedente

UA Consecuente

Formación común

No presenta



II. Presentación del programa de estudios.

La unidad de aprendizaje (UA) *Expresión escrita* forma parte de núcleo básico del Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación, dentro del área curricular “Comunicación”. Se trata de una UA que conduce a la buena redacción. Siendo el núcleo de la comunicación la expresión de ideas, la formación en expresión escrita proporciona cuerpo a dichas ideas, construye razonamientos consistentes y elimina imprecisiones en los mensajes transmitidos.

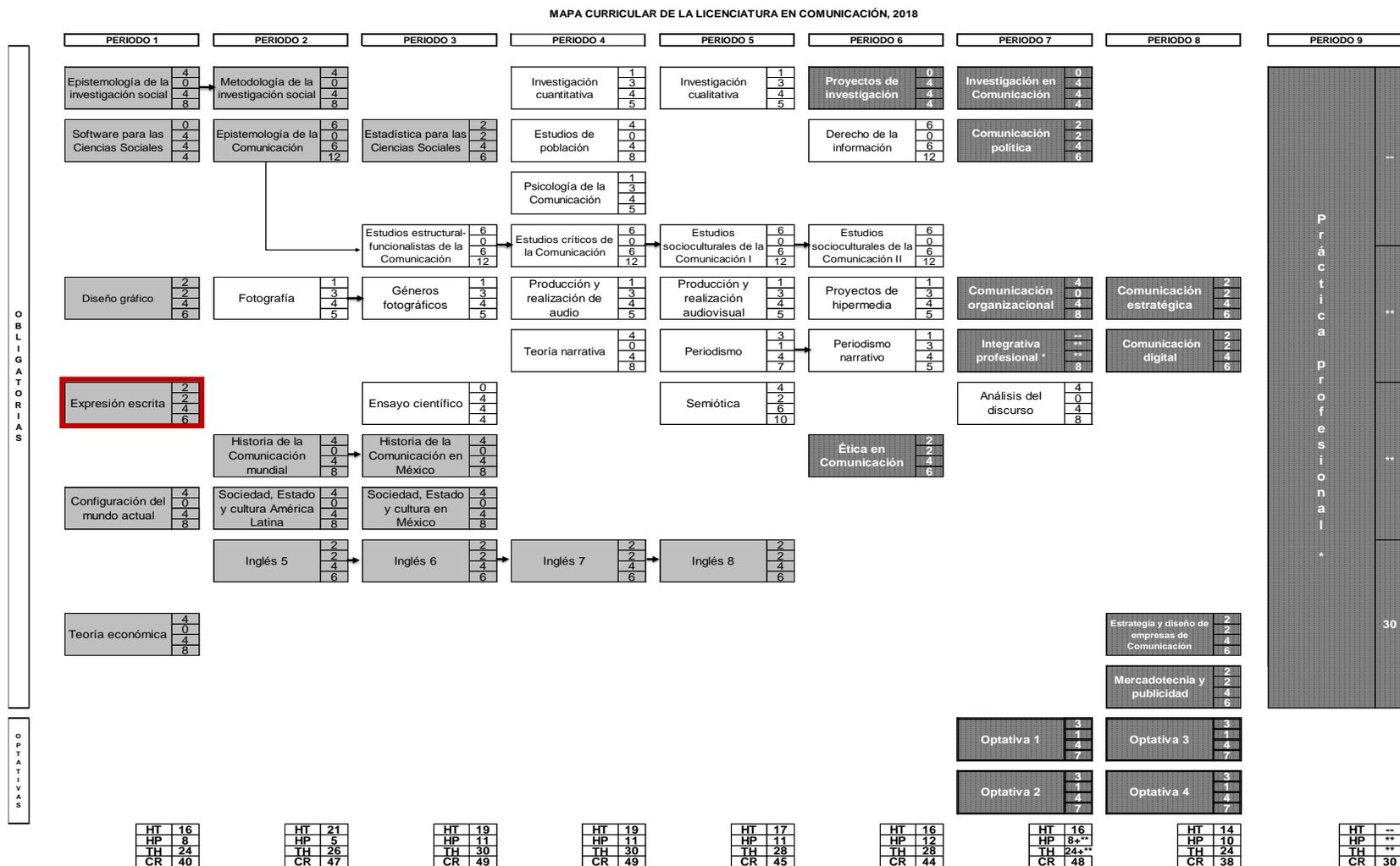
La UA se estructura en 4 partes comenzando en la Unidad 1 con el estudio y práctica de la Morfología, como rama de la lingüística encargada del estudio de la estructura interna de las palabras, las reglas para su formación y las maneras en que estas están relacionadas con otras palabras del mismo idioma. La Unidad 2, en estrecha relación con la Unidad 1, versa sobre el estudio y práctica de la sintaxis, entendida como la disciplina lingüística que estudia el orden y la relación de las palabras o sintagmas en la oración, así como las funciones que cumplen. La Unidad 3, complementaria de las dos anteriores unidades, atiende al estudio y aplicación de los signos ortográficos los cuales delimitan las frases y los párrafos y establecen la jerarquía sintáctica de las proposiciones. La Unidad 4 pretende aplicar los conceptos básicos de la sociolingüística en diversos tipos de textos para comprender las funciones del lenguaje en el seno de la sociedad y la cultura.

El estudiante de comunicación ha de acceder a una adecuada redacción que sistematice los propios pensamientos para que todo mensaje escrito que transmita (ensayo, tesis, reportaje periodístico, comunicado empresarial, mensaje electoral, carta comercial) emplee claridad y propiedad y se adecúe al público objetivo al que va dirigido. La práctica de la expresión escrita por parte del estudiante cultiva la atención, la observación y la imaginación, proporcionando la posibilidad de comunicarse con eficacia en cualquier entorno, sin depender de terceros. Escribir bien desarrolla igualmente la capacidad de síntesis y la habilidad para la persuasión a través de argumentos sólidos.

A la hora de integrarse en el mercado laboral, la ortografía y la gramática es empleada por los contratadores como un filtro más para descartar candidatos; la buena redacción marca la diferencia entre aspirantes con posibilidades de acceder a un puesto laboral y aspirantes rechazados desde las primeras fases de reclutamiento en medios de comunicación escritos, gabinetes de comunicación, departamentos de comunicación social agencias de promoción y publicidad, escuelas y universidades. Incluida esta UA en el primer semestre de la Licenciatura en Comunicación, contribuye a que el estudiante practique lo aprendido en todas las materias consecuentes de los siguientes ocho semestres, desarrollando progresivamente una excelencia en su expresión escrita.



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><i>Intercultural communication</i>¹</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>	<i>Intercultural communication</i> ¹	3		1		4		7								
<i>Intercultural communication</i> 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																						

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

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

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

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

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

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

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

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 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:

Promoverá en el alumno el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social.

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.

Apreciar el funcionamiento de la lengua que permiten la construcción de frases a través de la revisión de las reglas gramaticales, los componentes de la frase, la sintaxis y la ortografía, aplicando rigor, amenidad, orden, variedad y coherencia para realizar escritos efectivamente.



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

Unidad 1. Morfología de palabras y oraciones

Objetivo: Distinguir la estructura de las palabras y de sus elementos constitutivos, señalando a qué tipo de categoría gramatical pertenecen con la finalidad de descubrir los mecanismos subyacentes en los distintos sistemas de la lengua, revelando la estructura interna y las reglas de formación del léxico.

Temas:

- 1.1 Identificación de los elementos de la oración (artículo, sustantivo, adjetivo, verbo, adverbio, conjunción, preposición, pronombre, formas no personales del verbo)
- 1.2 Oraciones simples y compuestas
- 1.3 El sujeto y el predicado
- 1.4 El objeto directo y el objeto indirecto
- 1.5 El complemento circunstancial
- 1.6 Concordancia de formas verbales
- 1.7 Práctica en texto de los anteriores elementos

Unidad 2. Teoría y práctica de la sintaxis

Objetivo: Analizar los procesos de unión y relación de palabras mediante el uso de reglas combinatorias de vocablos, con el fin de elaborar unidades mayores como sintagmas y oraciones para expresar conceptos de manera coherente.

Temas:

- 2.1 Orden y desorden de los elementos de la oración
- 2.2 Pleonasmos
- 2.3 Errores lingüísticos comunes arraigados en la población
- 2.4 La voz pasiva como recurso de estilo en titulares periodísticos
- 2.5 Tipos de diálogos
- 2.6 Palabras y expresiones problemáticas (porque y por qué / conque y con qué/ sino y si no)
- 2.7 Práctica en texto de los anteriores elementos
- 2.8 Práctica de vocabulario propio del periodismo y la investigación
- 2.9 Introducción a la corrección de estilo



Unidad 3. Teoría y práctica de la ortografía

Objetivo: Analizar los recursos básicos de la puntuación, mediante el estudio de la delimitación de los segmentos textuales: párrafos, enunciados, oraciones y sintagmas; la indicación del carácter especial de algunos fragmentos: incisos, enumeraciones, citas o diálogos; o la expresión de la modalidad: preguntas, exclamaciones o transmisión de matices expresivos para escribir de forma correcta.

Temas:

- 3.1 El uso del punto
- 3.2 El uso de la coma
- 3.3 El uso del punto y coma
- 3.4 El uso de comillas, paréntesis y guiones
- 3.5 La acentuación
- 3.6 El uso correcto de las letras c, s y z
- 3.7 Práctica en texto de los anteriores elementos

Unidad 4. Sociolingüística

Objetivo: Analizar los conceptos básicos de la sociolingüística en diversos tipos de textos, a través del análisis de textos, con el fin de comprender las funciones del lenguaje en el seno de la sociedad y la cultura.

Temas:

- 4.1 Adquisición del lenguaje
- 4.2 Percepciones del lenguaje
- 4.2 Lenguaje, dialecto y acento
- 4.3 Variación y registro
- 4.3 Transformación del lenguaje
- 4.4 La función del lenguaje en el interculturalismo



VII. Acervo bibliográfico

Básico:

- Academia de la Lengua Española (2005). *Diccionario Panhispánico de dudas*, España: Santillana.
- Albarrán, C. (2011). *¿Cómo escriben los que escriben? La cocina del escritor*. México: Fondo de Cultura Económica-Instituto Tecnológico Autónomo de México.
- Bolaños, S. (1982). *Introducción a la teoría y práctica de la sociolingüística*, DF: Trillas.
- Cárdenas, A. (2006). *Diccionario Ortográfico Porrúa*. México DF: Editorial Porrúa.
- Cohen, S. (1994). *Redacción sin dolor*. México: Editorial Planeta.
- Cohen, S. (2010). *Cuaderno de ejercicios prácticos de redacción sin dolor*. México, DF: Planeta.
- Edwards, J (2013). *Sociolinguistics. A very short Introduction*, Oxford: Oxford Press.
- Harris, R. (1999). *Signos de escritura*. Barcelona: Gedisa.
- Manchester Open Learning (2004). *Making effective presentations*, Barcelona: Gestión.
- Mandel, S. (2000). *Presentation skills*. Boston: Thompson.
- Paredes, E. (1992). *Ejercicios léxico-ortográficos*. México: Limusa; UNAM.
- Rojas Soriano, R. (2009). *El arte de hablar y escribir*, México DF: Plaza y Valdés.

Complementario:

- Fonseca, M. S. (2011). *Comunicación verbal y escrita*. México, D.F.: Pearson Educación.
- Méndez Torres, I. (1994). *El lenguaje oral y escrito en la comunicación*. México: Limusa.
- Paredes, E. (1998). *Prontuario de lectura, lingüística, redacción, comunicación verbal y nociones de literatura*. México: LIMUSA.
- www.rae.es
- www.institutocervantes.es
- www.mexicanadecomunicacion.com.mx
- www.diccionarios.com
- www.ceuvoz.com.mx