

**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**  
**Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales,**  
**2017**



Programa de estudio de la unidad de aprendizaje:

## **Medios audiovisuales**

**Elaboró:**

Mtro. Aristides Vergara Blanco

Mtro. Alejandro Cuadros Medina

**Fecha de aprobación:**

**H. Consejo Académico**

**Acta 730**

25 de febrero de 2021

**H. Consejo de Gobierno**

**Acta 812**

26 de febrero de 2021

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



Consejo Académico  
PRESIDENCIA



Consejo Académico  
SECRETARÍA



## 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.	4
IV. Objetivos de la formación profesional.	5
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	7
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	8
VII. Acervo bibliográfico.	10
VIII. Mapa curricular.	11





**I. Datos de identificación**

Espacio educativo donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

Licenciatura **Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales, 2017**

Unidad de aprendizaje **Medios audiovisuales** Clave **LGS036**

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

Período escolar en que se ubica **1** **2** **3** **4** **5** **6** **7** **8** **9**

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

**Tipo de Unidad de Aprendizaje**

Curso  Curso taller

Seminario  Taller

Laboratorio  Práctica profesional

Otro tipo (especificar)

**Modalidad educativa**

Escolarizada. Sistema rígido  No escolarizada. Sistema virtual

Escolarizada. Sistema flexible  No escolarizada. Sistema a distancia

No escolarizada. Sistema abierto  Mixta





## II. Presentación del programa de estudios

La unidad de aprendizaje de Medios Audiovisuales, propone al alumno los elementos teóricos y prácticos para generar un discurso visual a través de conceptos gráficos que le permitirán, de forma eficiente, comunicar o complementar mensajes a través de medios visuales. En este curso revisaremos el lenguaje y herramientas básicas, así como las diferentes etapas del proceso de producción, para crear un proyecto audiovisual.

Esta Unidad de Aprendizaje, también pretende ampliar la comprensión de los mensajes audiovisuales, así como su aplicación dentro de la publicidad y la mercadotecnia digital. Los estudiantes conocerán todas las variables y funciones necesarias para la planificación y compilación de un proyecto y generar diferentes elementos interactivos a partir del mismo.

Medios Audiovisuales, proporcionará al alumno todas las herramientas concernientes para la planificación, producción y desarrollo de productos de comunicación en el ámbito audiovisual; lo cual le permita, al alumno, generar estrategias de comunicación y mercadotecnia a partir de mensajes audiovisuales.

El alumno pondrá en práctica los conocimientos del desarrollo de una idea, del guión, producción y edición de proyectos audiovisuales, prácticas que le serán de gran importancia en el marco del ejercicio de su profesión.

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

Núcleo de formación:

Integral

Área Curricular:

Arquitectura, Diseño y Urbanismo

Carácter de la UA:

Optativa





#### IV. Objetivos de la formación profesional.

##### Objetivos del programa educativo:

La Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales forma profesionistas que contribuyen al progreso social, económico y cultural del país, a través de los siguientes objetivos:

##### Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y 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.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base a 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 con autonomía como Licenciado(a) en Gestión de la Información en Redes Sociales.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas de inglés como segunda lengua.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y justicia.

##### Particulares

- Crear sistemas de bases de datos mediante algoritmos, modelos matemáticos y modelos de software; para almacenar, recuperar y procesar datos de la sociedad en red.
- Seleccionar métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas en el análisis de datos, comprender su significado, procesarlo y convertirlo en información útil para las organizaciones públicas y privadas.
- Analizar el marco normativo, la seguridad de las TIC y los delitos cibernéticos, para evaluar decisiones y formular soluciones racionales y éticas sobre el uso, acceso y protección de datos e información de la sociedad en red.



- Analizar datos mediante la selección de principios, métodos y técnicas estadísticas, modelos de inteligencia artificial, minería de datos y teoría de juegos; para localizar patrones, identificar tendencias, necesidades y problemáticas de la sociedad en red.
- Investigar mercados a través de métodos cuantitativos y cualitativos para mejorar o innovar productos tangibles e intangibles e identificar oportunidades de negocio en las organizaciones públicas y privadas.
- Desarrollar habilidades tecnológicas mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, para operar plataformas digitales y comunidades virtuales de la sociedad en red.
- Crear estrategias discursivas mediante la composición editorial y diseño gráfico, para comunicar información, contenido e imagen de personas, productos tangibles e intangibles, organizaciones públicas y privadas en plataformas y redes sociales digitales.
- Gestionar información en las organizaciones públicas y privadas a través del proceso administrativo, para tomar decisiones estratégicas en los ámbitos de intervención profesional de los sectores primario, secundario y terciario.
- Seleccionar los canales y medios de comunicación para difundir información, promover la identidad, imagen y reputación de personas y organizaciones; así como comercializar productos tangibles e intangibles vía *internet*.
- Colaborar en la formulación de políticas, legislación y lineamientos en torno al acceso, uso y protección de datos e información, para personas y organizaciones públicas y privadas.
- Administrar sistemas de información en plataformas tecnológicas y redes sociales digitales, respetando las políticas, legislación y lineamientos sobre el uso, acceso y protección de datos e información.
- Proponer información para la toma de decisiones en el desarrollo de políticas públicas, para atender necesidades y resolver problemas en materia de planeación y desarrollo urbano, demográfico, educativo, salud, trabajo, seguridad social, vivienda, entre otros.

### Objetivos del núcleo de formación:

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de las funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

Comprenderá aprendizajes sobre métodos y técnicas especializadas, y capacidades para desarrollar la autonomía profesional y el desempeño aceptable en el campo laboral.





**Objetivos del área curricular o disciplinaria:**

Diseñar discursos visuales mediante herramientas digitales, mensajes y estrategias, para lograr una comunicación congruente con el contexto sociocultural de la sociedad en red.

**V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.**

Crear medios audiovisuales que expresen de forma rápida las ideas, mediante técnicas visuales, auditivas, herramientas y software especializado, para apoyar las estrategias de comunicación y difusión de la información.





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

<b>Unidad 1. Medios audiovisuales</b>
<b>Objetivo:</b> Analizar las bases teóricas del audiovisual, a través de su gramática y lenguaje sonoro y visual para generar guiones y aplicarlos como herramienta de comunicación.
<b>Contenidos:</b> 1.1 La radio, la televisión y cine 1.2 Lenguaje y gramática audiovisual 1.3 Guion radiofónico 1.4 Guion televisivo y cinematográfico
<b>Unidad 2. La radio</b>
<b>Objetivo:</b> Diferenciar el uso de los distintos formatos radiofónicos mediante su uso y manejo en la producción y posproducción para la grabación de productos comunicativos sonoros que transmitan información.
<b>Contenidos:</b> 2.1 Formatos radiofónicos 2.2 Manejo de equipos de grabación de audio 2.3 Producción de formatos radiofónicos 2.4 Posproducción de formatos radiofónico
<b>Unidad 3. Televisión y cine</b>
<b>Objetivo:</b> Diferenciar los procesos y el lenguaje audiovisual mediante la composición, encuadres y planos visuales así como su complementación con el audio para obtener productos comunicativos de calidad que apoyen campañas digitales.
<b>Contenidos:</b> 3.1 Composición audiovisual 3.2 Cámara y balance de blancos 3.3 Montaje y escenografía 3.4 Grabación secuencia 3.5 Audio y micrófonos





#### Unidad 4. Edición

**Objetivo:** Crear productos comunicativos audiovisuales a través del uso y aplicación de las herramientas y el lenguaje de edición para generar campañas publicitarias que se desarrollen en internet o en medios convencionales.

**Contenidos:**

- 4.1 Edición no lineal
- 4.2 Formatos de video
- 4.3 Transición de audio y video
- 4.4 Efectos de video y corrección de color
- 4.5 Salidas de video





## VII. Acervo Bibliográfico

### Básico:

Ortiz, M.A. & Volpini, F. (1995). *Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas*. España: Paidós Ibérica.

Fernández Díez, F; Martínez Abadía, J. (1999). *Manual Básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Madrid, España: Paidós.

Tubau, D. (2011). *El guión del siglo XXI: el futuro de la narrativa en el mundo digital*. Barcelona, España: Alba Editorial.

Niño, Víctor Miguel. (2017). *Los Medios Audiovisuales y las tic en la Enseñanza*. México: Eco Ediciones.

S. Simpsom, Robert. (2012). *Manual práctico para producción audiovisual*. España: Gedisa.

Bermejo Berros, Jesús. (2005). *Narrativa audiovisual*. México: Piramide Ediciones.

Alten, Stanley R. (2013). *El sonido en los medios audiovisuales*. España: Editorial Donostiarra.

Milner, Greg. (2016). *El sonido y la perfección: una historia de la música grabada*. Madrid, España: Lovemonk.

Mases Blanch, Noemí, y otros. (2016). *Documentación audiovisual: documentación en la creación, producción y difusión de contenidos multimedia*. Barcelona, España: UOC.

Truby, J. (2009). *Anatomía del guión: el arte de narrar en 22 pasos*. Barcelona: Alba Editorial.

### Complementario.

Zunzunegui, S. (1992). *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra.

Alonso, Manuel y Matilla, Luis. (1990). *Imágenes en acción*. Madrid: Akal

Mariner, Matthew C. (2014). *Managing digital audiovisual resources: a practical guide for librarians*. Maryland, USA: Rowman & Littlefield.

Caridad Sebastián, Mercedes. (2011). *Documentación audiovisual: nuevas tendencias en el entorno digital*. Madrid, España: Síntesis.





Proyecto curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales (2017)

Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales

VIII. Mapa Curricular.

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
<b>O B L I G A T O R I A S</b>	<p>Gestión 3 1 4 4 7</p> <p>Mercadotecnia 2 2 4 4 6</p> <p>Psicología social 4 0 4 4 8</p> <p>Sociedad de la información y del conocimiento 4 0 0 4 4 8</p> <p>Programación 1 3 4 4 5</p> <p>Álgebra lineal 4 0 4 4 8</p>	<p>Gestión informática 3 1 4 4 7</p> <p>Psicología del consumidor 3 1 4 4 7</p> <p>Teorías de las redes sociales 5 1 1 6 11</p> <p>Teoría de grafos 3 1 4 4 7</p> <p>Estadística descriptiva 4 2 6 6 10</p> <p>Inglés 5 2 2 4 4 6</p>	<p>Gestión financiera 3 1 4 4 7</p> <p>Mercadotecnia en áreas especiales 1 3 4 4 5</p> <p>Teorías y modelos de comunicación 4 0 4 4 8</p> <p>Semiótica 4 0 4 4 8</p> <p>Bases de datos 3 1 4 4 7</p> <p>Estadística inferencial I 4 2 6 6 10</p> <p>Inglés 6 2 2 4 4 6</p>	<p>Gestión de la información 1 3 4 4 5</p> <p>Marco normativo de la información 4 2 6 6 10</p> <p>Teoría del discurso 4 0 4 4 8</p> <p>Lógica 4 0 4 4 8</p> <p>Estadística inferencial II 4 0 4 4 8</p> <p>Inglés 7 2 2 4 4 6</p>	<p>Teoría de la decisión 3 1 4 4 7</p> <p>Investigación de mercados 1 3 4 4 5</p> <p>Enunciación discursiva 0 4 4 4 4</p> <p>Diseño gráfico 2 2 4 4 6</p> <p>Seguridad en las tecnologías de la información y comunicación 1 3 4 4 5</p> <p>Inteligencia artificial 1 3 4 4 5</p> <p>Inglés 8 2 2 4 4 6</p>	<p>Dirección estratégica 4 2 6 6 10</p> <p>Gestión de comunidades virtuales 1 3 4 4 5</p> <p>Métricas de medios sociales 1 3 4 4 5</p> <p>Planes de contingencias 1 3 4 4 5</p> <p>Delitos cibernéticos 4 0 4 4 8</p> <p>Minería de datos 1 2 3 3 4</p> <p>Herramientas cuantitativas para la toma de decisiones 2 2 4 4 6</p>	<p>E-commerce 1 3 4 4 5</p> <p>Inteligencia de mercados 1 3 4 4 5</p> <p>Mercadotecnia relacional 1 3 4 4 5</p> <p>E-business 1 3 4 4 5</p> <p>E-government 1 3 4 4 5</p> <p>Integrativa profesional* -- -- -- 8</p>	<p>Toma de decisiones estratégicas 0 4 4 4 4</p> <p>Proyecto emprendedor 0 6 6 6 6</p> <p>Plan estratégico online 0 4 4 4 4</p> <p>Comunicación organizacional 4 0 4 4 8</p> <p>Gestión estratégica de medios de información y comunicación 2 4 4 6 8</p> <p>Ética profesional 2 4 4 6 8</p>	<p>Práctica profesional -- -- -- 30</p>
<b>O P T A T I V A S</b>								<p>Optativa 2 1 3 4 5</p> <p>Optativa 3 1 3 4 5</p>	<p>HT 18 HP 6 TH 24 CR 42</p> <p>HT 20 HP 8 TH 28 CR 48</p> <p>HT 10 HP 18 TH 28 CR 38</p> <p>HT 10 HP 18** TH 24** CR 38</p> <p>HT 6 HP 18** TH 24** CR 38</p>



Consejo Académico PRESIDENCIA

Consejo Académico SECRETARÍA



## DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
1							1 Psicología de la publicidad	1 Alianzas estratégicas	
2							3 Psicología del color	3 Estrategias de promoción	
3							4 Diseño vectorial	4 Branding	
4							5 Medios audiovisuales	5 Técnicas de negociación	
5							1 Antropología visual	1 Sociotécnica	
6								3 Web crawler	

### SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas	48
	HP: Horas Prácticas	20
	TH: Total de Horas	68
	CR: Créditos	16 UA

\*Actividades académicas

\*\*Las horas de la actividad académica.

Créditos a cursar por periodo escolar: Mínimo 21 y máximo 48.

13 líneas de senación →  
é UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en la modalidad educativa escolarizada.

■	Obligatorio Núcleo Básico	17
■	Obligatorio Núcleo Sustantivo	39**
■	Obligatorio Núcleo Integral	59**
■	Optativo Núcleo Integral	111

### PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo Básico Obligatorio: cursar y acreditar 16 UA	48	Total del Núcleo Básico: acreditar 16 UA para cubrir 116 créditos
Núcleo Sustantivo Obligatorio: cursar y acreditar 22 UA	43	Total del Núcleo Sustantivo: acreditar 22 UA para cubrir 139 créditos
Núcleo Integral Obligatorio: cursar y acreditar 12 UA + 2*	17	Total del Núcleo Integral: acreditar 15 UA + 2* para cubrir 126 créditos
Núcleo Integral Optativo: cursar y acreditar 3 UA	3	

<b>TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS</b>	
UA Obligatorias	60 + 2 Actividades académicas
UA Optativas	3
UA a acreditar	63 + 2 Actividades académicas
<b>Créditos</b>	<b>381</b>

