

Tabla de Especificaciones para la asignatura Taller de Comunicación II (1621) y el semestre 2020-2

U	T	A	Unidad/Tema	Resultado de aprendizaje	Nivel Cognoscitivo	Ponderación	#React
1	0	0	Comunicación masiva y sociedad contemporánea		-----	44.0	11
1	1	0	Los medios y la sociedad: • Etapa industrial. • Etapa postindustrial: La globalización y la sociedad red.		-----		
1	1	1		Identifica a partir de la etapa industrial y posindustrial el desarrollo de los medios.	Comprensión		1
1	2	0	Características de la comunicación masiva. Elementos de la comunicación masiva: • Emisor real y vocero. • Mensaje. • Canales o medios. • Receptor o audiencias. Factores de la comunicación masiva: • Marco de referencia. • Contexto de emisión y recepción.		-----		
1	2	1		Identifica las características de la comunicación masiva a partir de los elementos que la constituyen.	Conocimiento		2
1	2	2		Reconoce al marco de referencia y al contexto de emisión y recepción como factores esenciales de la comunicación masiva.	Comprensión		2
1	3	0	Concepto y características de las tic: • Multimedia, interactividad, etcétera. • La brecha digital. Usos de las tic: • Sociales. • Políticos y alternativos. • Culturales. • Académicos y		-----		

U	T	A	Unidad/Tema	Resultado de aprendizaje	Nivel Cognoscitivo	Ponderación	#React
			educativos. • Entretenimiento.				
1	3	1		Reconoce las características de las TIC en la sociedad contemporánea.	Comprensión		1
1	3	2		Distingue los diferentes usos de las TIC en la sociedad contemporánea.	Comprensión		1
1	4	0	El concepto de la opinión pública. El proceso de formación de la opinión pública. El fenómeno del rumor y su impacto social.		-----		
1	4	1		Relaciona el papel de los medios con la formación de la opinión pública.	Comprensión		1
1	4	2		Identifica las características y funciones del rumor.	Comprensión		1
1	5	0	Proyecto de comunicación: • Selección del medio (impresos, audiovisuales) y temática. • Investigación del tema. • Planeación y diseño.		-----		
1	5	1		Identifica los elementos de un proyecto para la producción de mensajes en medios.	Conocimiento		2
2	0	0	Elementos para el análisis de mensajes		-----	44.0	11
2	1	0	Tipología de los mensajes: • Por su propósito: - Informativo. -Publicitario. -Propagandístico. - Entretenimiento. -Cultural y educativo. • Por su lenguaje: -Verbales -Icónicos. -Icónico-verbales. Características de los mensajes en las redes		-----		

U	T	A	Unidad/Tema	Resultado de aprendizaje	Nivel Cognoscitivo	Ponderación	#React
			sociales: • Interactividad. • Simultaneidad. • Conectividad. • Multimedia. • Diversidad de propósitos. • Colaboración. • Realidad aumentada. • Gamigrafía.				
2	1	1		Identifica las características de los diferentes tipos de mensajes de acuerdo con su propósito y lenguaje.	Conocimiento		3
2	1	2		Identifica las características de los mensajes en las redes sociales.	Comprensión		2
2	2	0	Elementos para el análisis de imágenes fijas: • Tipos. • Características. • Composición: - Elementos. -Principios. • Retórica de la imagen. Elementos para el análisis del discurso audiovisual: • Tomas. • Movimiento de cámara. • Audio. • Voz. • Iluminación. • Personajes: - Acciones. -Ambientes.		-----		
2	2	1		Identifica los elementos discursivos de los mensajes en medios.	Conocimiento		2
2	2	2		Identifica los elementos discursivos de los mensajes audiovisuales	Comprensión		2
2	3	0	Procesos de producción de mensajes: • Medios impresos: -Redacción de textos de interés público (informativos y argumentativos u otros). -Diseño y formación. • Medios audiovisuales: -Guion literario. -Guion técnico.		-----		

U	T	A	Unidad/Tema	Resultado de aprendizaje	Nivel Cognoscitivo	Ponderación	#React
2	3	1		Identifica las etapas de producción de los mensajes en medios.	Comprensión		2
3	0	0	Medios y difusión de mensajes		-----	12.0	3
3	1	0	Producción y post producción: • Medios impresos. • Medios audiovisuales. • Medios digitales.		-----		
3	1	1		Identifica los elementos de post producción en • Medios impresos. • Medios audiovisuales. • Medios digitales.	Conocimiento		2
3	2	0	Difusión de mensajes e interacción con los públicos: • Medios: -Escolares. -Vía Internet.		-----		
3	2	1		Identifica los propósitos de difusión de los mensajes en medios.	Comprensión		1