



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Handwritten notes:
12/03/2012

006 VICERRECTORIA EJE
2012 DEC 3 12:57

Cynthia

Oficio No. M/11/2012/2509/1

Dr. Héctor Raúl Solís Gadea
Coordinador General Académico
Vicerrectoría Ejecutiva
Universidad de Guadalajara
Presente

At'n. Dra. Patricia Rosas Chávez
Coordinadora de Innovación Educativa y Pregrada

Adjunto al presente me permito remitir a Usted copia del oficio número SUV/5189/2012, recibido en esta Secretaría de Actas y Acuerdos el 29 de noviembre actual, signado por el Maestro Manuel Moreno Castañeda, Rector del Sistema de Universidad Virtual, mediante el cual dan respuesta a las observaciones que hiciera la Comisión de Educación, respecto de la propuesta de la Nivelación de la Licenciatura en Periodismo.

Lo anterior, con mi atenta solicitud de que el Comité de Apoyo Técnico de las Comisiones Permanentes Conjuntas de Educación y de Hacienda del H. Consejo General Universitario que Usted integra, realice el análisis sobre el particular y emita su opinión calificada sobre el tema.

Agradeciendo de antemano la atención que se sirva brindar a la presente se suscribe de Usted.

Atentamente
"PIENSA Y TRABAJA"

Guadalajara, Jal.; 30 de noviembre de 2012



Mtro. José Alfredo Peña Ramos
Secretario General de la Universidad de Guadalajara y
Secretario de Actas y Acuerdos de la Comisión de Educación

- c.c.p. Dr. Marco Antonio Cortés Guardado, Rector General y Presidente de la Comisión de Educación
- c.c.p. Dr. Miguel Ángel Navarro Navarro, Vicerrector Ejecutivo
- c.c.p. Mtro. Manuel Moreno Castañeda, Rector del Sistema de Universidad Virtual
- c.c.p. Minutario JAJH/Rosy



ACUSE
OFICIAL/A DE PARTES

Fecha: 03/12/12 Hora: 12:53 pm

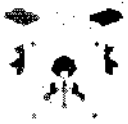
Recibido: *Carly*



UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA
RECTORIA

12 DEC -3 12:57

Handwritten signature
RECIBI



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
 SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL
 RECTORÍA

12 NOV 29 10:32

SUV/5189/2012

Lic. José Alfredo Peña Ramos
 Secretario General
 Universidad de Guadalajara
 P R E S E N T E

RECIBI *[Signature]*

Por este medio le envío un cordial saludo y me permito responder a las observaciones hechas por la Comisión de Educación del H. Consejo General Universitario, en sesión del 25 de octubre del presente año, a la propuesta de creación de la Nivelación para la Licenciatura en Periodismo.

1. Respecto al nombre del programa, se solicitó cambiarlo considerando que no es una nivelación lo que se propone realmente, puesto que los aspirantes no ingresarían con un título de técnico universitario u otro antecedente formal similar, que avalaría sus competencias previas en el ámbito del periodismo.

Para responder a esta cuestión se cambia el nombre del programa. Se propone llamarle Licenciatura en Periodismo Digital y que tenga una duración mínima de tres años.

Además, se elimina el rubro de **Experiencia profesional en el campo de la comunicación y el periodismo** que en la propuesta original se incluía en el Área de Formación Especializante Obligatoria, y que otorgaba automáticamente 30 créditos a los aspirantes que demostraran de forma suficiente la mencionada experiencia, mediante la presentación de los documentos correspondientes.

La demostración de la experiencia profesional en el campo de la comunicación y el periodismo queda como requisito para el ingreso al programa.

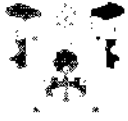
Se agregan al plan de estudios tres unidades de aprendizaje. En el documento de propuesta se muestra la malla curricular definitiva que las incluye, y en el anexo correspondiente, se incluyen los programas sintéticos de dichas nuevas unidades. El propósito o sentido de éstas es el perfeccionamiento, a través de la práctica, de las habilidades comunicativas que el periodista debe poseer.

2. La segunda observación se refiere al propósito u objetivo general del programa. El que se menciona actualmente se refiere a profesionalizar la labor de quienes ejercen actualmente el periodismo sin una formación académica formal, mediante la certificación de sus competencias. Se mencionó que la universidad tiene como objetivo principal formar, no acreditar o certificar conocimientos. Además, los objetivos particulares que se proponen rebasan al citado objetivo general.

Se responde cambiando el objetivo general de la carrera propuesto originalmente.

3. También se observó que los requisitos de ingreso son muy ambiciosos; parecieran de egreso. Además, se dijo que algunos de ellos no son mensurables.

En respuesta a esta observación, se ha revisado y modificado el citado perfil.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL
RECTORÍA

4. Por último, se pide que se precise el sello o característica del programa, que lo hace una propuesta original.
Como consecuencia de este cuestionamiento, se pone a “periodismo” el calificativo de “digital”, dado que en la formación del periodista en funciones (público al que va destinado el programa) la actualización es un componente fundamental que en estos tiempos implica la comunicación en línea, con elementos multimedia, haciendo uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación.
5. Al convertirse nuestra propuesta en un programa de licenciatura, se aplicarán a los aspirantes y a los estudiantes las mismas tarifas que aplican a las demás licenciaturas que ofrece el SUV para pagos por concepto de proceso de admisión y de aportación semestral. Originalmente, se propusieron 25.4 para el primero, y 27.8 para el segundo. En esta segunda propuesta, se menciona lo siguiente: Los aspirantes a ingresar a la Licenciatura en Periodismo Digital pagarán el equivalente a 19.84 días de salarios mínimos diarios vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara por el proceso de admisión. Una vez dictaminados como admitidos al programa, en cada ciclo escolar los alumnos aportarán el equivalente a 26.72 salarios mínimos diarios vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara. En el caso de los estudiantes extranjeros, se incrementarán en un 10% los costos de los montos establecidos.

Anexo encontrará el documento de la propuesta del programa, donde se incluyen las observaciones arriba mencionadas.

Sin otro particular, le reitero mi consideración y respeto.

ATENTAMENTE
“PIENSA Y TRABAJA”

Guadalajara, Jalisco a 28 de noviembre de 2012

JA

Mtro. Manuel Moreno Castañeda
Rector del Sistema de Universidad Virtual





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Sistema de Universidad Virtual



**PROPUESTA DE LICENCIATURA
EN PERIODISMO DIGITAL**

Guadalajara, Jalisco, noviembre de 2012

CONTENIDO

1. FUNDAMENTACIÓN DEL PROGRAMA	3
1.1 Aspecto social	3
1.2 Aspecto institucional.....	10
2. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR	18
2.1 Objetivos del programa.....	18
2.2 Perfiles de ingreso y egreso	19
2.3 Estructura del plan de estudios.....	22
2.4 Plan de estudios	23
3. METODOLOGÍA EMPLEADA EN LA CONSTRUCCIÓN CURRICULAR.....	25
3.1 Diseño del plan de estudios	25
4. CRITERIOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA.....	34
5. PLAN DE EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN CURRICULAR.....	39
6. RECURSOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA.....	42
6.1 Planta académica y perfil de los profesores.....	42
6.2 Infraestructura tecnológica.....	45
6.3 Recursos financieros	47
ANEXOS	53
ANEXO 1. ESTUDIO DE PERTINENCIA	54
ANEXO 2. CURRÍCULOS DE LOS PROFESORES DE TIEMPO COMPLETO	115
ANEXO 3. PROGRAMAS SINTÉTICOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE	165

ANEXO 4. MINUTAS DE REUNIONES PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS	282
ANEXO 5. CONVENIOS DE COLABORACIÓN Y CARTAS DE APOYO	314

1. FUNDAMENTACIÓN DEL PROGRAMA

1.1 Aspecto social

En los últimos años las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han transformado prácticamente todos los ámbitos de la vida social, afectando de forma particular los procesos relacionados con la producción, distribución y comunicación de información.

Los cambios tecnológicos han impulsado el surgimiento de nuevos medios y la adaptación de medios tradicionales a las necesidades que impone el contexto social en la era digital, donde confluyen tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana.

El uso y penetración de Internet en las sociedades contemporáneas ha dado como resultado el surgimiento de nuevos medios exclusivamente digitales, lo cual tiene un papel transformador al posibilitar y multiplicar las opciones y capacidades comunicativas, dando pie a más flujos de datos y de información.

Alrededor del mundo, los dueños de los medios, los comunicadores y los periodistas han visto llegar nuevas herramientas, aplicaciones y plataformas tecnológicas que les permiten producir, gestionar y difundir información.

El impacto que ha tenido Internet y las TIC en la producción y comunicación de contenidos ha ocasionado que las empresas de medios incorporen a sus redacciones o espacios editoriales nuevas áreas de producción de periodismo digital y multimedia, lo que ha traído consigo la demanda social de un profesional más especializado y mejor capacitado

en esas áreas de la comunicación.

Según datos del estudio *Hábitos de las usuarios de Internet en México*, en marzo de 2011 había en el país 34.9 millones de usuarios de internet; y la principal actividad relacionada con los medios de comunicación es consultar o leer el periódico en línea, lo que incluye ver videos y escuchar noticias en audio¹.

Debido al aumento de la penetración de Internet en el país, se proyecta que cada vez serán más las personas que accederán o buscarán información periodística a través de plataformas móviles y de dispositivos que distribuyen información a través de la web.

Las tendencias a nivel internacional poco a poco permean la realidad laboral del país y vuelven imperante la necesidad de profesionalizar, actualizar y nivelar los conocimientos, habilidades y competencias profesionales de quienes ejercen profesionalmente actividades en el campo de la comunicación y el periodismo.

El entorno social actual demanda que los periodistas tengan un dominio más amplio de competencias relacionadas con el uso y la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación, pero además se vuelve necesario que estos profesionales dominen competencias relacionadas con la contextualización, la investigación y el análisis de problemáticas y fenómenos sociales contemporáneos.

En un contexto donde convergen tecnología y medios de comunicación y donde se establecen nuevos modelos productivos en las empresas de información, es de suma importancia actualizar, nivelar y adaptar a las necesidades sociales los perfiles profesionales, dando énfasis a un mayor uso, dominio y conocimiento de plataformas y aplicaciones tecnológicas, pero sobre todo, poniendo énfasis en el desarrollo de competencias para el análisis, la investigación e innovación en el campo de la comunicación.

¹ Datos extraídos del reporte del año 2011 de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Documento disponible en línea en la página: <http://www.amipci.org.mx/estudios> (consultado el 15 de mayo de 2011).

México enfrenta un proceso de transición democrática marcado por logros y problemas sociales y económicos. Uno de los pilares fundamentales para consolidar y ampliar una cultura democrática tiene que ver con la calidad de la información que se genera y se difunde a través de distintos medios y plataformas informativas.

Según datos del *Padrón de Medios Impresos*, de la Secretaría de Gobernación, en México existen 848 periódicos y revistas que se dedican a producir noticias de interés general². En Jalisco están registrados ante la Secretaría de Gobernación 21 medios impresos³.

En el caso de los medios electrónicos, según datos de la organización Nuestros Medios, en el año 2009 existían en México 461 canales de televisión y 820 estaciones de radio con permiso para operar.

Las cadenas de Televisión dominantes son Televisa (con 257 canales) y TV Azteca (con 180 canales). Otros canales importantes del sector y que producen información de interés general son Milenio Televisión, Proyecto 40, Efecto TV, Canal 22 y Canal Once, los dos últimos se financian con recursos públicos.

En el caso de la radiodifusión, doce cadenas se reparten las 820 estaciones de radio. Las más importantes a nivel nacional y que dominan el espectro radioeléctrico son: Radio Fórmula, Grupo Acir, MVS Radio, Televisa Radio y Radiorama. Cada una de ellas produce programas noticiosos que difunden información a través de sus estaciones e Internet.

Además, más de la mitad de los estados de la república cuentan con sistemas de comunicación en radio y televisión, mismos que tienen páginas web donde se difunde información.

En la Zona Metropolitana de Guadalajara existen 15 grupos de radio que operan 50 estaciones radiofónicas. Los más importantes son Unidifusión, Radiorama de Occidente, Promomedios y Grupo Acir. El primero tiene la que se considera la primera agencia

² *Padrón de Medios Impresos*. Información disponible en la página web de la Secretaría de Gobernación: <http://www.gobernacion.gob.mx/PNMI/> (consultada el 19 mayo de 2011).

³ *Padrón de Medios Impresos*. Información disponible en la página web de la Secretaría de Gobernación: http://www.gobernacion.gob.mx/PNMI/PNMP_consulta2.php (consultada el 19 de mayo de 2011).

informativa de radio en México: Notisistema, que reproduce sus noticieros en 16 estaciones de Jalisco, nueve de la Zona Metropolitana de Guadalajara y siete en otros estados.

En la capital de Jalisco operan también dos estaciones de radio que son sostenidas con recursos públicos: Radio Universidad de Guadalajara (con ocho estaciones en red en distintas regiones del estado) y el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión.

Conscientes de que en nuestro país existe una alta concentración de los sistemas de medios de comunicación, uno de los retos más grandes que tienen las universidades que ofertan programas educativos de periodismo y comunicación es dotar a sus alumnos de las competencias que les permitan generar plataformas noticiosas donde difundan información de calidad.

De acuerdo con el *Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo* llevado a cabo por el Sistema de Universidad Virtual y que se aplicó a 45 periodistas y cinco directivos de distintas organizaciones de medios de la Zona Metropolitana de Guadalajara y del Distrito Federal.

Resultados relevantes del estudio en mención muestran que el 50 por ciento de los entrevistados cree que son mejor pagados los periodistas que saben utilizar las tecnologías de la información y que se capacitan, profesionalizan o actualizan de forma permanente.⁴

En cuanto a las necesidades de profesionalización, los intereses de los periodistas consultados se centran en el uso de herramientas digitales y plataformas tecnológicas para la difusión y producción de información, así como en el manejo de habilidades y competencias para la redacción de contenidos para Internet. Además, los cinco directivos de medios mencionaron que dos de las habilidades más importantes que buscan al contratar periodistas son la capacidad de análisis y de investigación, dos de las

⁴ Ver resultados generales del *Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo*. Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara. Agosto de 2011. ANEXO 1

competencias genéricas que se consideran en el currículo del programa educativo de la **Licenciatura en Periodismo Digital**.

En cuanto a los niveles de estudio es importante mencionar que de los 45 periodistas entrevistados, se observa que el 12 por ciento no ha concluido la licenciatura y el 21.4. por ciento no se ha titulado. Si consideramos que muchos de los que dijeron que sí tenían el grado no estudiaron carreras afines al área de la comunicación, y que los consultados viven en zonas urbanas, tenemos que la demanda social del programa **Licenciatura en Periodismo Digital** puede ser muy alta, pues en las ciudades pequeñas es altamente probable que quienes trabajan como periodistas cuenten sólo con preparatoria y que no hayan cursado estudios profesionales, menos aún que se hayan especializado en las áreas del periodismo digital y multimedia.

Otro estudio que revela cuáles son los requerimientos de capacitación y profesionalización entre periodistas de la región es *Necesidades de Formación para Medias Digitales en América Latina*, coordinado por Guillermo Franco en el 2009. En él se recabaron opiniones de 588 profesionales de la comunicación que trabajaban en 43 diferentes organizaciones de radio, televisión, prensa escrita, blogs, instituciones gubernamentales, universidades y centros de investigación. México fue el segundo país con más participantes en el estudio, después de Colombia⁵.

De los entrevistados solo el 34.6% había tomado cursos cortos relacionados con el periodismo digital; el resto 65.4% aprendieron a usar la web de manera autodidacta.

Los datos que arrojó la investigación de Guillermo Franco revelan que la mayor necesidad de formación para los periodistas es aprender a crear productos multimedia (26%), le siguen cómo escribir para Internet (22%) y en tercer lugar está aprender a administrar y gestionar comunidades y usuarios de Internet (11%).⁶

⁵ El estudio fue financiado por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Versión digital disponible en la página: http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/AECID/Documentos_AECID/fnpi_sondeo-1.pdf

⁶ Ver detalles en la página: http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=124673&sid=26

Emprender y administrar una empresa informativa en Internet, también es un tema de interés para los periodistas, aunque siguen siendo necesidades apremiantes de formación profesional, aquéllas que tienen que ver con aprender a redactar correctamente y resolver dilemas éticos. Todas estas habilidades están consideradas en el programa de la **Licenciatura en Periodismo Digital**.

Una de las conclusiones a las que llega Guillermo Franco en su estudio es que América Latina “pide a gritos una buena formación en periodismo y particularmente en periodismo digital. La respuesta para que esta oferta sea masiva y de alto alcance es Internet. Hasta ahora, salvo algunas excepciones, la educación formal y presencial no ha logrado integrar todos los conocimientos y habilidades que le permitirían a los egresados desempeñarse de manera plena en el mundo digital”, (2009, p. 14).

En una entrevista online difundida en el sitio web de Universia, Franco asegura que en la actualidad es necesario formar periodistas con mentalidad de emprendedores y no con mentalidad de empleados. Además, dice “el mercado laboral para medios en Internet es monstruoso”, pues hay necesidad de empresas privadas, organizaciones sociales e instituciones públicas de contratar expertos profesionales en periodismo que sepan cómo producir, gestionar y difundir información en línea o a través de Internet⁷.

En el estudio “Condiciones laborales de los periodistas en Guadalajara”, realizado por Blas Alvarado (2012) también se revela que la nueva dinámica de trabajo de los diarios obliga a los periodistas a realizar más actividades que el reportero común y corriente: “Las redacciones se han convertido en empresas que necesitan información multimedia. En una sola plataforma ahora se ofrecen contenidos de video, audio, fotografías e infográficos”⁸.

Estas nuevas exigencias por parte de las empresas y empleadores en la profesionalización del perfil profesional del periodista, para que sea capaz de producir información

⁷ Entrevista en video difundida en la página: <http://formacion-peru.universiablogs.net/tag/guillermo-franco/> (consultada el 15 de marzo de 2010).

⁸ Estudio realizado por Perla Araceli Blas Alvarado, publicado en el libro *Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco*, 2011. (pp. 65-74). México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

multimedia, nos indican que el programa que se propone en este proyecto es pertinente. Sin embargo, es importante mencionar que el estudio referido también revela que la profesionalización del reportero de Guadalajara no significa un mejor salario por el trabajo que realiza, pues su sueldo es un poco más alto que el mínimo, y “está lejos de ser suficiente para subsistir dignamente”, de ahí que la mayoría de los trabajadores de los medios se desempeñen en proyectos alternos.

Considerando los datos de los estudios mencionados, la **Licenciatura en Periodismo Digital** es pertinente y necesaria porque puede darles a los periodistas las bases y competencias para que generen y gestionen sus propios proyectos de periodismo digital y multimedia, lo que además de permitirles convertirse en emprendedores, constituiría una gran aportación para el sistema de medios y abriría la posibilidad de ampliar la oferta informativa en la región y en México.

Atendiendo al contexto social descrito y a las necesidades de formación y profesionalización de periodistas y comunicadores que no cuentan con el grado de licenciatura en la especialidad del periodismo, la Universidad de Guadalajara a través del Sistema de Universidad Virtual propone crear el programa académico **Licenciatura en Periodismo Digital**.

La pertinencia de ofertar la **Licenciatura en Periodismo Digital** se sustenta tanto en los resultados sobre las necesidades de formación de periodistas y comunicadores arrojados en los estudios antes citados, así como en el contexto social descrito sobre la gran cantidad de medios que existen en el país, donde hay cientos de “periodistas” formados empíricamente, con carreras trucas o sin una formación universitaria en el campo de la comunicación y el periodismo; esto debido a que durante muchos años para ejercer en esa área los medios de comunicación no exigían el título.

Además, hay que considerar que existe un porcentaje alto de periodistas y comunicadores del sector público y privado, que aunque tienen el grado de licenciatura, estudiaron otras carreras que no son afines al campo de la comunicación, por lo que podrían estar interesados en obtener el título de Licenciatura en Periodismo.

El grupo objetivo al que está dirigida la licenciatura está conformado principalmente por periodistas y comunicadores con experiencia que por diferentes razones no tienen el grado de Licenciatura en Periodismo. Entre ellos se encuentran quienes no pudieron terminar su carrera, estudiaron especialidades ajenas a la comunicación o simplemente desean actualizar y nivelar sus conocimientos, habilidades y competencias en el campo del periodismo.

El escritor colombiano Premio Nobel de Literatura, Gabriel García Márquez, y quien fuera en su juventud periodista, asegura que en las carreras de comunicación y periodismo se deben reforzar las áreas técnicas básicas como narración y la investigación periodística; y que siempre se debe considerar la ética. El diseño curricular de la licenciatura se ancla precisamente en las competencias genéricas de la investigación y el análisis y da un peso importante a la dimensión ética de la profesión; aunque también está enfocada a reforzar las habilidades para la evaluación y diagnóstico de sistemas y procesos informativos.

Debido a todo lo anteriormente expuesto, se considera que la propuesta de crear en la Universidad de Guadalajara la **Licenciatura en Periodismo Digital**, en la modalidad a distancia, es pertinente y necesaria en el contexto social actual, ya que ofrecerá un espacio académico accesible para que los periodistas y comunicadores que deseen nivelar, actualizar y profesionalizar su formación, puedan hacerlo sin verse obligados a abandonar su trabajo.

1.2 Aspecto institucional

En el año 2010 se cumplieron 50 años de la existencia de programas académicos dedicados al estudio de la Comunicación y el periodismo en México.

En el estudio *Mapa de los Centros y Programas de Formación de Comunicadores y Periodistas en América Latina y el Caribe* (Unesco- Felafacs, 2009), en el capítulo correspondiente a México, se señala que de acuerdo con datos del periodo 2006-2007 de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES),

hay 462 programas de Comunicación y sus subespecialidades; de esos, más de 40 se especializan en la formación profesional del periodismo⁹.

De acuerdo con datos de la ANUIES la distribución de programas de Comunicación atiende a la siguiente proporción: Centro (34.40%); Centro Occidente (19.50%); Sur-Sureste (17.90); Noreste (17.20%); Noroeste (11%).

Si consideramos los datos de la ANUIES, a nivel nacional la carrera de comunicación se ofrece en más de 45 especializaciones, muchas de ellas tienen una orientación formativa en ingeniería para el desarrollo de tecnologías y no con fines de comunicación periodística.

En México no existe hasta la fecha ningún programa académico escolarizado ni en modalidad a distancia que ofrezca nivelar los conocimientos, habilidades y competencias de comunicadores y periodistas, ofreciéndoles optar por un grado de licenciatura; de ahí que la oferta del programa **Licenciatura en Periodismo Digital** sea pertinente y necesario en el contexto nacional.

Cabe señalar que en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, con sede en el Distrito Federal, se ofrece la acreditación o equivalencia a la Licenciatura en Periodismo mediante un "Examen General de Conocimientos". Esta acreditación se oferta con base en el Acuerdo No. 286 de la Secretaría de Educación Pública; está dirigida a personas que han adquirido mediante una forma autodidacta o por medio de la experiencia laboral las habilidades propias de la profesión del periodismo, pero no ofrece ningún tipo de formación ni profesionalización a los periodistas.

⁹ María Antonieta Rebeil coordinó el estudio en México y fue financiado por la UNESCO y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Resultados disponibles en línea en la página:

<http://www.felafacs.org/unesco/>

El *Catálogo de Carreras de Licenciatura en Universidades e Institutos Tecnológicos (2007)*, editado por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) también está en línea:

http://www.anui.es.mx/servicios/c_licenciatura/index2.php

M.A. Rebeil y J. Hidalgo (2009) señalan que la Secretaría de Educación Pública registró en el ciclo (2006-2007), un total de 72,224 estudiantes inscritos en programas afines a la comunicación; y que en ese mismo periodo egresaron 11,974 estudiantes.

Los autores explican también que según datos de la *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo* que realizan la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) a través de su Observatorio Laboral, para el año 2008 había 135 mil profesionales de comunicación con empleo. Ello significó un incremento de 12 mil empleos con respecto al año 2007.

En América Latina, sólo dos universidades ofrecen programas de licenciatura, uno es la Universidad de la Plata, en Argentina; y la otra es la Universidad de San Carlos, en Guatemala. Ambos programas son escolarizados, el segundo se ofrece incluso como un curso propedéutico para nivelar a los aspirantes a cursar la Licenciatura en Periodismo. Esto quiere decir que el programa que propone el Sistema de Universidad Virtual, podría tener también una alta demanda a nivel internacional.

En cuanto a la cantidad de posgrados del campo de la Comunicación en México Fuentes Navarro (2011) señala que existen cincuenta programas, de los cuales sólo ocho han alcanzado la acreditación oficial “de calidad” académica, y únicamente cinco se consideran “consolidados”.

Los programas de posgrado incluidos en el Padrón Nacional de Posgrado de Calidad (PNPC) del CONACYT se enfocan a la investigación de fenómenos de la comunicación desde perspectivas socio-culturales. Dos de ellos están en Jalisco (UdeG e ITESO). Ningún posgrado de calidad se especializa en periodismo.¹⁰

La Universidad de Guadalajara cuenta actualmente con dos programas de pregrado en el campo de la comunicación: la Licenciatura en Comunicación Pública, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH); y la Licenciatura en

¹⁰ Para detalles sobre el tema consultar la página web del Padrón Nacional de Posgrado de Calidad: http://www.uson.mx/avisos/padron_nacional_de_posgrado.pdf

Periodismo, que se oferta en dos centros universitarios regionales (Cuciénega y Cusur) y cuyo objetivo principal es formar periodistas, más que profesionalizar y actualizar a los periodistas.

El 21 de octubre de 2011, el Consejo General Universitario de la Universidad de Guadalajara aprobó el dictamen de creación de la Maestría en Periodismo Digital, programa de posgrado profesionalizante en la modalidad a distancia que se ofertará en el Sistema de Universidad Virtual (SUV) e iniciará cursos en el 2012.

Otro posgrado que oferta la Universidad de Guadalajara es la Maestría en Comunicación, adscrita al Departamento de Estudios de la Comunicación Social, uno de los centros de investigación con más producción académica de calidad en ese campo del conocimiento a nivel nacional e internacional.

En cuanto a la producción académica en el campo de la comunicación, Fuentes Navarro (2011) presenta un análisis y sistematización de los productos de investigación registrados en la base de datos del sitio Documentación en Ciencias de la Comunicación (ccdoc). En la siguiente gráfica puede apreciarse de forma comparativa el desarrollo evolutivo que ha tenido la producción académica en ese campo.

Cuadro n. 1: Productos publicados de la investigación de la Comunicación en, por formato y lustro, 1960-2009 (ccdoc)

Lustro	Libros	Capítulos	Artículos	Total
1960-1964	0	0	2	2 (0.0%)
1965-1969	11	1	1	13 (0.3%)
1970-1974	15	0	34	49 (1.1%)
1975-1979	44	7	121	172 (3.8%)
1980-1984	117	38	173	328 (7.3%)
1985-1989	102	136	239	477 (10.7%)
1990-1994	114	199	419	732 (16.4%)
1995-1999	103	267	531	901 (20.2%)
2000-2004	134	453	480	1067 (23.9%)
2005-2009	78	263	388	729 (16.3%)
Totales	718 (16.1%)	1364 (30.5%)	2388 (53.4%)	4470 (100%)

Aquí cabe señalar que de acuerdo con datos que proporciona el mismo autor, la Universidad de Guadalajara es la tercera institución con más producción académica en el campo de la comunicación, la primera es la UNAM y le sigue la UAM.

Desde el 2008 el Sistema de Universidad Virtual a través del Centro de Formación en Periodismo Digital ha ofrecido educación continua en materia de gestión, conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías en el ámbito periodístico. Se ha capacitado y profesionalizado a periodistas, comunicadores y académicos de México y de otros 24 países.

Hasta marzo del 2011, 500 profesionales tomaron cursos para aprender a crear páginas web y producir contenidos con herramientas y recursos multimedia, entre otros. La mayoría de los cursos se ha impartido en modalidad a distancia y mixta.

A lo largo de tres años que tiene en funcionamiento el Centro de Formación en Periodismo Digital, el SUV ha logrado integrar una red de expertos formadores en periodismo digital, entre quienes se encuentran Sandra Crucianelli, Esther Vargas, Stecey Pastor, James Breiner, Fidel Romero Alvarez, Gabriel Orihuela, Jorge Luis Sierra y otros

más, que aunque no son profesores de tiempo completo en la Universidad de Guadalajara, serán invitados a impartir cursos de apoyo o especializados.

Si a lo anterior sumamos la experiencia y la planta de investigadores y académicos especializados en el campo de la comunicación con los que cuenta la Universidad de Guadalajara, entre quienes se encuentran María Elena Hernández Ramírez, Armando Zacarías Castillo, Rodrigo González Reyes, Pablo Arredondo, Guillermo Orozco, Enrique Sánchez Ruíz, Francisco Acevéz, Francisco Hernández, Rosalía Orozco Murillo y Héctor Farina Ojeda, entre otros, veremos que la fortaleza académica de la institución es amplia y pertinente para abrir el programa de **Licenciatura en Periodismo Digital** en la modalidad a distancia o en línea.

La oferta educativa en ambientes virtuales de aprendizaje o en la modalidad a distancia se ha caracterizado por su alta flexibilidad, ya que atiende a personas con necesidades de profesionalización y formación que requieren de una oferta educativa posible de ser cursada sin abandono del trabajo.

En el caso del periodismo y la comunicación, el ámbito laboral se convierte en fuente principal de la formación, ya que la práctica es requerida, y las problemáticas reales constituyen los objetos de intervención del currículum, de ahí que la **Licenciatura en Periodismo Digital** se haya diseñado para ser ofertada en la modalidad a distancia.

El SUV ofrece actualmente seis programas de pregrado y uno de educación media superior en la modalidad a distancia bajo el sistema de créditos. El estudiante, en nuestro modelo académico, es el centro del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los programas educativos diseñados en la modalidad a distancia tienen en común y como ventajas competitivas:

- Su diseño y oferta en vinculación con organizaciones o grupos del sector productivo o a través de redes de formación e investigación: la modalidad a

distancia y la formación en ambientes virtuales suele ser una respuesta pertinente y factible para atender a poblaciones con necesidades de formación que no suelen ser atendidas por la oferta educativa convencional y escolarizada. Así mismo los entornos virtuales facilitan el trabajo de las redes de formación e investigación independientemente de la ubicación geográfica de sus integrantes.

- Esta tendencia a la conformación de redes de formación aprovechando la potencialidad de los entornos virtuales, ayuda a consolidar la vinculación entre universidad y sector productivo tan requerida y buscada a través de diversas estrategias. En el caso de la **Licenciatura en Periodismo Digital**, el campo de conocimiento es idóneo para impartirse en un ambiente de aprendizaje virtual, pues su modelo académico se enfoca en la gestión del conocimiento y el aprendizaje en ambientes virtuales, articulándose dentro de la problemática que supone el desarrollo y evolución de las TIC y la transformación del periodismo y del campo de las Ciencias de la Comunicación.
- Otra característica común de los programas en línea es que basan su aprendizaje en problemáticas que requieren de un marco de contextualización local-global, demostrando una ventaja formativa en la integración de grupos compuestos por personas ubicadas en distintas regiones, como parte de una estrategia para incidir en el reconocimiento de parámetros y formas de actuación que definan un campo profesional emergente.
- El cambio constante de las tecnologías disponibles y su evolución, hace que siempre estén identificadas como “nuevas tecnologías”, y se aplique el adjetivo “nuevas” a las tecnologías de información y comunicación, que son las que están caracterizando los modos de producción de conocimiento en la era postindustrial. La deslocalización de las nuevas tecnologías, su extraterritorialidad y ubicuidad, colocan al campo como necesario de tratamiento desde ópticas multidisciplinarias, inter-institucionales e internacionales, atributos que colocan a la modalidad a

distancia como la mejor estrategia para la conformación de redes de formación e investigación.

- Todos los programas educativos ofrecidos en ambientes virtuales de aprendizaje, por el Sistema de Universidad Virtual tienen un alto componente de innovación de las prácticas por la introducción de dos elementos: por una parte la sistematización informativa propia de la práctica profesional y la gestión del conocimiento con uso de tecnologías de información y comunicación; y como segundo elemento la formación basada en la gestión de proyectos. Ambas características se explican a detalle en el apartado relativo al modelo curricular en este mismo documento.
- Surgen ante la observación de demanda explícita de una población ya definida en sus intereses de formación, a través de programas formales y de educación continua en la propia universidad, así como de los agentes implicados en el desarrollo de esos programas formativos, provenientes de diversas organizaciones y universidades.
- La operación es totalmente en línea a través de diversos dispositivos tecnológicos para apoyar el estudio independiente, el seguimiento de proyectos, la asesoría y la colaboración entre pares.

Los programas de pregrado que se ofertan en la modalidad a distancia son reconocidos por la Secretaría de Educación Pública como espacios académicos “privilegiados para ampliar los horizontes de la educación”. En ese sentido el programa de **Licenciatura en Periodismo Digital** responde a una necesidad social porque es una opción educativa que atenderá a personas que trabajan y desean combinar esa actividad con el estudio.

La Universidad de Guadalajara tiene convenios de colaboración con centros e instituciones nacionales e internacionales que se especializan en la formación de periodistas y comunicadores, tales como el Centro Internacional para Periodistas (International Center For Journalists) y la Universidad Pontificia Bolivariana, por lo que se podrán establecer

redes de colaboración académica para trabajar en laboratorios virtuales o remotos, en la codirección de proyectos, intercambio de profesores y expertos disciplinares y en investigaciones de fenómenos enfocados en el periodismo. Como ejemplo se anexan al presente proyecto los dos convenios firmados entre la Universidad de Guadalajara y el Centro Internacional para Periodistas (ver ANEXO 5).

Como institución académica comprometida con la formación superior, la investigación de calidad, la formación académica y la profesionalización de perfiles laborales que requiere el entorno social, la Universidad de Guadalajara propone abrir la **Licenciatura en Periodismo Digital**, primera en su tipo en México y América Latina.

Al abrir un programa de pregrado que busca nivelar y profesionalizar la formación académica de los periodistas y comunicadores, la Universidad de Guadalajara cumplirá con una de las metas planteadas en el Plan de Desarrollo Institucional en la línea estratégica de Formación y Docencia.

2. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR

2.1 Objetivos del programa

2.1.1 Objetivo general

El objetivo general de la **Licenciatura en Periodismo Digital** es profesionalizar y actualizar la formación y experiencia profesional de periodistas en activo en los procesos de producción, investigación, evaluación, gestión y comunicación de productos y servicios informativos en ambientes virtuales, con el fin de mejorar y ampliar la oferta noticiosa en la sociedad de la información en la era digital.

2.1.2 Objetivos particulares

1. Desarrollar capacidades y habilidades para la planeación, producción y difusión de productos periodísticos de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
2. Desarrollar habilidades para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.
3. Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos, estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y áreas de producción y comunicación de información en organizaciones de medios de los ámbitos público y privado.
4. Ampliar las capacidades para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando aplicaciones, tecnologías y herramientas de la información y la comunicación.
5. Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

2.2 Perfiles de ingreso y egreso

Perfil de ingreso

El aspirante a ingresar a la licenciatura deberá contar con los siguientes conocimientos, capacidades y habilidades:

- Capacidad para identificar fenómenos y problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información.
- Habilidad para el trabajo colaborativo y en red.

- Actitud de servicio y compromiso social para mejorar el entorno a través de un trabajo profesional y ético.
- Capacidad para redactar de forma clara y precisa.
- Poseer conocimientos básicos en computación y navegación en Internet.
- Capacidad de autogestión en la organización del tiempo que dedicará al programa de licenciatura.

Este perfil se evaluará mediante los procesos de selección que la coordinación de la carrera decida implementar.

Perfil de egreso

Al cursar el programa de la **Licenciatura en Periodismo Digital** los egresados tendrán el siguiente perfil:

- Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística.
- Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.
- Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo.
- Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.
- Habilidad para planear y generar productos informativos en ambientes virtuales a través del uso de herramientas, tecnologías, aplicaciones y plataformas digitales.

- Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.
- Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.
- Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.
- Actitud de liderazgo para gestionar, emprender y administrar su propia empresa informativa.

Campos o áreas de desempeño profesional

- **Campo de la producción y comunicación periodísticas.** En la generación de productos informativos de calidad y desarrollando e implementando estrategias para la mejora y la digitalización de procesos de producción y difusión de información en organizaciones de medios públicas y privadas.
- **Campo de los servicios informativos a la sociedad.** Evaluando y diagnosticando procesos y servicios de difusión de información para la sociedad. Generando proyectos para mejorar y satisfacer las necesidades de comunicación de las audiencias y usuarios de productos y servicios informativos de un medio de comunicación.
- **Campo o área editorial y administrativa de la organización editorial.** Evaluando e implementando estrategias para la mejora y optimización de los procesos y espacios editoriales, administrativos y comerciales de las empresas informativas.

- **Campo particular.** Generando, gestionando y administrando su propio medio informativo.

2.3 Estructura del plan de estudios

Atributos del programa de licenciatura

Se pueden considerar los siguientes rasgos como definatorios del programa de la **Licenciatura en Periodismo Digital**:

- Se trata de un programa diseñado para ser cursado a distancia con un soporte educativo en línea y con acompañamiento de un asesor.
- El programa está estructurado por ejes de formación integrados en función de las siguientes competencias genéricas: investigación, contextualización, producción, comunicación y gestión.
- La naturaleza del diseño de la licenciatura implica que se establezcan acuerdos con instituciones en donde se desenvuelve el profesional del periodismo, a fin de que pueda realizar proyectos, prácticas o tareas que le son asignadas en los cursos.
- El *currículum* está organizado para que cada ciclo se lleve a cabo un proyecto integrador en donde se manifiesten las competencias establecidas en las asignaturas de la trayectoria que el estudiante haya elegido.
- El *currículum* requiere, por la razón arriba expuesta, un fuerte trabajo para cada participante en el programa, y a su vez la constante práctica del trabajo en equipo y la colaboración, como elementos intrínsecos de las competencias de la licenciatura.
- El programa se administra por créditos, y éstos están calculados en función de la carga horaria destinada a la ejecución de los diversos tipos de tareas: estudio independiente, indagaciones, producciones, prácticas y actividades colaborativas.

2.4 Plan de estudios

Licenciatura en Periodismo Digital

Áreas de Formación	Créditos	Porcentaje
Área de Formación Básica Común	95	29 %
Área de Formación Básica Particular	127	38 %
Área de Formación Especializante Obligatoria	96	29 %
Área de Formación Optativa Abierta	12	4 %
Totales	330	100%

Área de Formación Básica Común					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Producción multimedia	CT	42	83	125	12
Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación	C	75	0	75	10
Análisis de las necesidades de los consumidores de información periodística	CT	42	83	125	12
Evaluación de los servicios informativos a las audiencias	CT	42	83	125	12
Fundamentación legal de los medios en México	CT	42	83	125	12
Vinculación comercial e interinstitucional	CT	42	83	125	12
Redacción de géneros informativos	CT	18	97	115	8
Redacción de géneros interpretativos	CT	18	97	115	8
Fundamentación legal en medios digitales	CT	63	22	85	9
Totales		384	631	1015	95

Área de Formación Básica Particular					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Diseño y técnicas para la investigación periodística	CT	35	70	105	12
Contextualización de la investigación periodística	C	75	0	75	10
Ética y deontología del periodismo	C	75	0	75	10
Construcción de la agenda informativa	CT	35	70	105	12
Escritura para diversos medios y audiencias	CT	42	83	125	12
Gestión y administración de audiencias y usuarios	CT	42	83	125	12
Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio	CT	35	70	105	12
Diagnóstico de los procesos de producción informativa	CT	42	83	125	12
Innovación en la producción informativa	CT	35	70	105	12
Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio	CT	35	70	105	12
Problemática de los procesos administrativos y editoriales en los medios digitales	CT	42	83	125	12
Investigación de tendencias en el ámbito periodístico	C	71	0	71	10
Totales		564	963	1315	127

Área de Formación Especializante Obligatoria						
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P	HORAS	CRÉDITOS	
Proyecto 1	CT	72	83	155	16	
Proyecto 2	CT	72	83	155	16	
Proyecto 3	CT	72	83	155	16	
Proyecto 4	CT	72	83	155	16	
Proyecto 5	CT	72	83	155	16	
Proyecto 6	CT	72	83	155	16	
Totales			432	498	930	96

Área de Formación Optativa Abierta					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Curso de Apoyo I	CT	20	40	60	6
Curso de Apoyo II	CT	20	40	60	6
Curso de Apoyo III	CT	20	40	60	6
Curso de Apoyo IV	CT	20	40	60	6

Tipo = Tipo de curso

C= Curso

CT= Curso Taller

T= Taller

H.T. = Horas Teoría

H.P. = Horas Práctica

Los proyectos de ciclo tendrán los siguientes propósitos:

Proyecto 1: Contextualización y problematización de la práctica periodística

Proyecto 2: Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información

Proyecto 3: Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias

Proyecto 4: Mejoramiento de los procesos editoriales y de producción informativa

Proyecto 5: Mejoramiento de la organización (diagnóstico)

Proyecto 6: Mejoramiento de la organización (propuesta de implementación)

3. METODOLOGÍA EMPLEADA EN LA CONSTRUCCIÓN CURRICULAR

3.1 Diseño del plan de estudios

Para el diseño curricular de la licenciatura se formó un equipo de trabajo en el cual participaron expertos en periodismo y comunicación del Sistema de Universidad Virtual, del Centro Universitario de la Ciénega y del Centro Universitario del Sur, así como por otros profesionistas, externos a la UDG, que laboran en radio y periodismo impreso. Los nombres de quienes participaron son los siguientes:

NOMBRE DEL EXPERTO	CENTRO UNIVERSITARIO U ORGANIZACIÓN QUE REPRESENTA	CAMPO DISCIPLINAR DE FORMACIÓN
Rosalía Orozco Murillo	Centro Universitario de la Ciénega	Periodismo y comunicación
Héctor Farina Ojeda	Centro Universitario de la Ciénega	Periodismo y comunicación
Claudia Contreras Navarro	Centro Universitario de la Ciénega/Periodista de Red Radio Universidad de Guadalajara	Periodismo y comunicación
Rosa Eugenia García Gómez	Centro Universitario del Sur	Periodismo y comunicación
Rosa Elena Richart Varela	Sistema de Universidad Virtual	Educación
María del Carmen Coronado Gallardo	Sistema de Universidad Virtual	Educación

María Elena Chan Núñez	Sistema de Universidad Virtual	Educación
Jade Ramírez	Periodista de Red Radio Universidad de Guadalajara	Periodismo y comunicación
José Antonio Delgado Valdivia	Sistema de Universidad Virtual	Educación
Lorena Guevara	Experta externa	Periodismo

Es importante mencionar que en el trabajo de diseño curricular de la licenciatura se valoraron los procesos realizados en la creación y el rediseño de la Licenciatura en Periodismo, ofrecida por dos centros regionales de la Universidad de Guadalajara, lo que quedó manifestado en las discusiones sobre la problematización, la matriz curricular y el perfil de ingreso de la carrera, planteándose que este programa se diferenciaría del que ya se oferta en la universidad porque no pretende formar a nuevos periodistas, sino profesionalizar la experiencia de periodistas en activo. La evidencia sobre las reuniones de trabajo para el diseño curricular se anexan al presente proyecto con el nombre “Minutas de reuniones para el diseño del plan de estudios” (ver ANEXO 4).

El ejercicio de diseño curricular se organizó a través de los siguientes procesos:

Problematización-Contextualización: este proceso consistió en la identificación de problemáticas sociales a las cuales se pretendería dar respuesta con la oferta de un programa educativo como la **Licenciatura en Periodismo Digital**. La problematización incluyó una recuperación histórica y la lectura de las condiciones que demostraron como posible y necesario el programa.

Estudios para la fundamentación. Se realizó un estudio de carácter diagnóstico (que se incluye en el Anexo 1 de este documento) y desde su lectura e interpretación se

procedió a enlistar las características generales del programa y a definir el perfil de sus ingresantes y egresados. Para la determinación de los requerimientos actuales de un profesional en el campo del periodismo se tomó en cuenta el punto de vista de empleadores, profesores e investigadores de la UDG, profesionistas del campo del periodismo y posibles aspirantes a cursar el programa de licenciatura (personas que trabajan en el ámbito periodístico pero que no cuentan con un título que avale sus competencias). Fue particularmente importante para el grupo el estudio de otros programas similares con modalidad tanto virtual como presencial.

Fundamentación filosófica y definición de los principios básicos de la propuesta educativa. La fundamentación filosófica del programa se integró retomando el modelo para la innovación educativa propuesto por el SUV. Aplicando los principios básicos del modelo, se realizó el diseño curricular, cuyos resultados se presentan en el cuerpo de este documento. Se puede resumir en este punto que básicamente el modelo alude a tres componentes: principios sobre el aprendizaje, tipos de aprendizaje y modos de aprender, y que siendo estos elementos los ejes de la discusión, se reconocieron como ejes básicos para el armado de la propuesta curricular. Por otra parte, se procedió a determinar los valores y los paradigmas desde los cuales el egresado ejercerá su práctica profesional. Estos valores quedaron explicitados en el perfil de egreso.

Diseño del plan de estudios. El diseño del plan de estudios surgió del análisis de competencias orientado por los principios del aprendizaje del modelo del Sistema de Universidad Virtual: autogestión, creatividad, significación y participación. Esto permitió reconocer campos de formación, ejes y trayectorias, así como la definición de las cargas de trabajo y formas de acreditación.

El diseño del plan de estudios surgió del reconocimiento de campos problemáticos y de los correspondientes saberes requeridos para su intervención. El ejercicio inició

perfilando al egresado en función de los rasgos del periodista en activo, en sus diferentes dimensiones: comunicativa, administrativa, investigativa, ética y legal. Esto permitió reconocer campos de formación, ejes y trayectorias, así como la definición de las cargas de trabajo y modos de acreditación.

Explicitación del modelo pedagógico. Se definieron las etapas de formación considerando un modelo basado en el desarrollo de proyectos. De modo que se definieron dos grandes etapas: la relativa a la investigación diagnóstica que culmina en la planeación de la propuesta, y la etapa de su gestión y evaluación de la misma. Se continuó con la caracterización de los elementos básicos del sistema formativo de soporte para las trayectorias definidas: modelos de docencia, de evaluación, de acreditación, de medios y tipos de materiales a utilizar. Así mismo se definió el tipo de soporte en el que se concretarán los apoyos académicos para el aprendizaje, la gestión de los ambientes de trabajo, en resumen, de los criterios para el manejo metodológico de las trayectorias formativas.

Explicitación de implicaciones administrativas. A partir de todas las operaciones metodológicas anteriores, se identificaron todas las operaciones económico-administrativas y legales que se requieren para soportar las trayectorias formativas.

A continuación se explica el proceso de diseño en sus diferentes fases, considerando la formulación progresiva de los núcleos de formación tal y como se definieron por la discusión colegiada.

FASES Y PRODUCTOS DEL DISEÑO CURRICULAR

A) PROBLEMATIZACIÓN:

El grupo de discusión, con base en la lectura del diagnóstico, y retomando su experiencia en el campo del periodismo, elaboró el siguiente punteo de las problemáticas identificadas:

- Indefinición de las líneas editoriales
- Indefinición de las agendas noticiosas
- Faltan medios de calidad
- Mal periodismo regional, subordinado al poder político. Sobreviven por recibir dinero gubernamental, no por publicidad; se supeditan a dinero que el gobierno facilita
- Falta de independencia del medio
- Falta de agencias informativas
- Concentración de medios y falta de opciones informativas
- Sociedad desinformada o parcialmente informada
- Falta de posicionamiento de la información local como relevante
- Desconocimiento de las agenda ciudadanas
- Desconocimiento de las problemáticas de las ciudades pequeñas, aislamiento, falta de acceso a la agenda mediática
- Falta de visión global y conexión de lo regional en lo global
- Descontextualización de la información
- No hay sentido de apropiación de la información por parte de la sociedad
- La gente no gestiona su información
- Exceso de información
- Pocos lectores
- Falta de participación democrática

B) DEFINICIÓN DEL PERFIL DE EGRESO EN FUNCIÓN DE LA VISIÓN PROBLEMÁTICA

Como respuesta a la problemática identificada, se mencionaron conductas y prácticas adecuadas. El producto fue la siguiente tabla:

Problemática	Línea de intervención
Falta de medios de calidad	Gestión de la calidad
Falta de medios con responsabilidad social	Definición de políticas Organización Administración Procurar protección y seguridad del periodista
Centralismo en la información	Indagación y definición de agenda social
Dependencia de los medios a los poderes político, económico, religioso....	Independencia
Concentración de medios y falta de regulación	Emprendedurismo Creación de tercer sector Periodismo en línea
La información no se presenta para ser apropiada por la gente Falta de cultura informativa en la población	Gestión de comunidades: ofrecimiento de productos con los que las comunidades se identifiquen Planteamiento de reglas para los medios, promoción de regulaciones Promoción de las propuestas del usuario. Promoción de la producción de contenidos del usuario- por las propuestas locales/cercanas Provocación – Capacidad de propuesta de los temas para provocar al usuario
Exceso de producción de información por diversos actores sin documentación, fundamentación	Formación de audiencias Procesamiento, organización de la

	información producida por las audiencias
Necesidades diversificadas frente a la información por parte de distintos tipos de usuarios	Gestión de servicios digitales de información personalizados
Falta de fundamentación, contrastación, investigación	Investigación: gestión de información
Falta de precisión en el reporte	
Necesidad de diversificación de los temas de interés público	Producción noticiosa
Necesidad de denuncia de problemas o situaciones que requieren observación, escrutinio, movilización a la acción	Narrar
Falta de información para la toma de decisiones	Uso de manuales de estilo
Confusión ante cantidad de información	
Incertidumbre	
Desorientación	

Con base en la columna de líneas de intervención se elaboró el perfil de egreso que aparece en el apartado correspondiente de este documento. Para llevar a cabo las tareas explicitadas en dicho perfil de egreso, se definieron primeramente cinco grandes competencias o competencias genéricas: **contextualización, producción, investigación, gestión de la organización y gestión de comunidades.**

c) ÁMBITOS Y PROCESOS

Una vez reconocidas los tipos de saberes pertinentes para la intervención de la problemática descrita por el grupo de discusión, se procedió a identificar los ámbitos de ejercicio del periodismo.

Para identificar dichos ámbitos se pensó, primeramente, en objetos de estudio, tales como: la información, las herramientas tecnológicas, la calidad, el cooperativismo y la red de cobertura noticiosa. Sin embargo, dicha lógica de organización no convenció al equipo y se acordó finalmente que los ámbitos serían tres: **la producción noticiosa, los servicios informativos y la organización productora de dichos servicios.**

Enseguida se muestra un cuadro de doble entrada en el que aparecen las competencias genéricas y los ámbitos acordados:

Competencias genéricas	Investigación	Contextualización	Producción	Comunicación	Gestión
Ámbitos					
Producción noticiosa					
Servicios informativos					
Organización					

D) DESGLOSE DE LAS UNIDADES FORMATIVAS

Después se procedió a definir las competencias específicas que se derivan de las competencias genéricas o ejes formativos. Para ello se utilizó un cuadro como el anterior, en el que el eje horizontal contempla los ámbitos de desempeño del periodista, y el eje vertical, las competencias genéricas. Se agregó a la derecha otra columna para anotar el proyecto de ciclo que los estudiantes elaborarán, en función del ámbito correspondiente. Así, en el primer ciclo el estudiante contextualizará y problematizará la producción noticiosa en la actual sociedad de la información; en el segundo trabajará un proyecto para la mejora de dicha producción noticiosa; en tercero, un proyecto que tenga como propósito la mejora de los servicios informativos para las audiencias; en el cuarto ciclo, un proyecto de mejora de los procesos editoriales y de producción informativa; y en los últimos dos ciclos el proyecto buscará la mejora de la organización: en quinto, mediante

Para identificar dichos ámbitos se pensó, primeramente, en objetos de estudio, tales como: la información, las herramientas tecnológicas, la calidad, el cooperativismo y la red de cobertura noticiosa. Sin embargo, dicha lógica de organización no convenció al equipo y se acordó finalmente que los ámbitos serían tres: **la producción noticiosa, los servicios informativos y la organización productora de dichos servicios.**

Enseguida se muestra un cuadro de doble entrada en el que aparecen las competencias genéricas y los ámbitos acordados:

Competencias genéricas	Investigación	Contextualización	Producción	Comunicación	Gestión
Ámbitos					
Producción noticiosa					
Servicios informativos					
Organización					

D) DESGLOSE DE LAS UNIDADES FORMATIVAS

Después se procedió a definir las competencias específicas que se derivan de las competencias genéricas o ejes formativos. Para ello se utilizó un cuadro como el anterior, en el que el eje horizontal contempla los ámbitos de desempeño del periodista, y el eje vertical, las competencias genéricas. Se agregó a la derecha otra columna para anotar el proyecto de ciclo que los estudiantes elaborarán, en función del ámbito correspondiente. Así, en el primer ciclo el estudiante contextualizará y problematizará la producción noticiosa en la actual sociedad de la información; en el segundo trabajará un proyecto para la mejora de dicha producción noticiosa; en tercero, un proyecto que tenga como propósito la mejora de los servicios informativos para las audiencias; en el cuarto ciclo, un proyecto de mejora de los procesos editoriales y de producción informativa; y en los últimos dos ciclos el proyecto buscará la mejora de la organización: en quinto, mediante

B) DEFINICIÓN DEL PERFIL DE EGRESO EN FUNCIÓN DE LA VISIÓN PROBLEMÁTICA

Como respuesta a la problemática identificada, se mencionaron conductas y prácticas adecuadas. El producto fue la siguiente tabla:

Problemática	Línea de intervención
Falta de medios de calidad	Gestión de la calidad
Falta de medios con responsabilidad social	Definición de políticas Organización Administración Procurar protección y seguridad del periodista
Centralismo en la información	Indagación y definición de agenda social
Dependencia de los medios a los poderes político, económico, religioso....	Independencia
Concentración de medios y falta de regulación	Emprendedurismo Creación de tercer sector Periodismo en línea
La información no se presenta para ser apropiada por la gente	Gestión de comunidades: ofrecimiento de productos con los que las comunidades se identifiquen
Falta de cultura informativa en la población	Planteamiento de reglas para los medios, promoción de regulaciones Promoción de las propuestas del usuario. Promoción de la producción de contenidos del usuario- por las propuestas locales/cercanas Provocación – Capacidad de propuesta de los temas para provocar al usuario
Exceso de producción de información por diversos actores sin documentación, fundamentación	Formación de audiencias Procesamiento, organización de la

perfilando al egresado en función de los rasgos del periodista en activo, en sus diferentes dimensiones: comunicativa, administrativa, investigativa, ética y legal. Esto permitió reconocer campos de formación, ejes y trayectorias, así como la definición de las cargas de trabajo y modos de acreditación.

Explicitación del modelo pedagógico. Se definieron las etapas de formación considerando un modelo basado en el desarrollo de proyectos. De modo que se definieron dos grandes etapas: la relativa a la investigación diagnóstica que culmina en la planeación de la propuesta, y la etapa de su gestión y evaluación de la misma. Se continuó con la caracterización de los elementos básicos del sistema formativo de soporte para las trayectorias definidas: modelos de docencia, de evaluación, de acreditación, de medios y tipos de materiales a utilizar. Así mismo se definió el tipo de soporte en el que se concretarán los apoyos académicos para el aprendizaje, la gestión de los ambientes de trabajo, en resumen, de los criterios para el manejo metodológico de las trayectorias formativas.

Explicitación de implicaciones administrativas. A partir de todas las operaciones metodológicas anteriores, se identificaron todas las operaciones económico-administrativas y legales que se requieren para soportar las trayectorias formativas.

A continuación se explica el proceso de diseño en sus diferentes fases, considerando la formulación progresiva de los núcleos de formación tal y como se definieron por la discusión colegiada.

FASES Y PRODUCTOS DEL DISEÑO CURRICULAR

A) PROBLEMATIZACIÓN:

María Elena Chan Núñez	Sistema de Universidad Virtual	Educación
Jade Ramírez	Periodista de Red Radio Universidad de Guadalajara	Periodismo y comunicación
José Antonio Delgado Valdivia	Sistema de Universidad Virtual	Educación
Lorena Guevara	Experta externa	Periodismo

Es importante mencionar que en el trabajo de diseño curricular de la licenciatura se valoraron los procesos realizados en la creación y el rediseño de la Licenciatura en Periodismo, ofrecida por dos centros regionales de la Universidad de Guadalajara, lo que quedó manifestado en las discusiones sobre la problematización, la matriz curricular y el perfil de ingreso de la carrera, planteándose que este programa se diferenciaría del que ya se oferta en la universidad porque no pretende formar a nuevos periodistas, sino profesionalizar la experiencia de periodistas en activo. La evidencia sobre las reuniones de trabajo para el diseño curricular se anexan al presente proyecto con el nombre “Minutas de reuniones para el diseño del plan de estudios” (ver ANEXO 4).

El ejercicio de diseño curricular se organizó a través de los siguientes procesos:

Problematización-Contextualización: este proceso consistió en la identificación de problemáticas sociales a las cuales se pretendería dar respuesta con la oferta de un programa educativo como la **Licenciatura en Periodismo Digital**. La problematización incluyó una recuperación histórica y la lectura de las condiciones que demostraron como posible y necesario el programa.

Estudios para la fundamentación. Se realizó un estudio de carácter diagnóstico (que se incluye en el Anexo 1 de este documento) y desde su lectura e interpretación se

Área de Formación Especializante Obligatoria						
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P	HORAS	CRÉDITOS	
Proyecto 1	CT	72	83	155	16	
Proyecto 2	CT	72	83	155	16	
Proyecto 3	CT	72	83	155	16	
Proyecto 4	CT	72	83	155	16	
Proyecto 5	CT	72	83	155	16	
Proyecto 6	CT	72	83	155	16	
Totales			432	498	930	96

Área de Formación Optativa Abierta					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Curso de Apoyo I	CT	20	40	60	6
Curso de Apoyo II	CT	20	40	60	6
Curso de Apoyo III	CT	20	40	60	6
Curso de Apoyo IV	CT	20	40	60	6

Tipo = Tipo de curso
 C= Curso
 CT= Curso Taller
 T= Taller
 H.T. = Horas Teoría
 H.P. = Horas Práctica

Los proyectos de ciclo tendrán los siguientes propósitos:

Proyecto 1: Contextualización y problematización de la práctica periodística

Proyecto 2: Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información

Proyecto 3: Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias

Proyecto 4: Mejoramiento de los procesos editoriales y de producción informativa

Proyecto 5: Mejoramiento de la organización (diagnóstico)

Proyecto 6: Mejoramiento de la organización (propuesta de implementación)

- **Campo particular.** Generando, gestionando y administrando su propio medio informativo.

2.3 Estructura del plan de estudios

Atributos del programa de licenciatura

Se pueden considerar los siguientes rasgos como definatorios del programa de la **Licenciatura en Periodismo Digital**:

- Se trata de un programa diseñado para ser cursado a distancia con un soporte educativo en línea y con acompañamiento de un asesor.
- El programa está estructurado por ejes de formación integrados en función de las siguientes competencias genéricas: investigación, contextualización, producción, comunicación y gestión.
- La naturaleza del diseño de la licenciatura implica que se establezcan acuerdos con instituciones en donde se desenvuelve el profesional del periodismo, a fin de que pueda realizar proyectos, prácticas o tareas que le son asignadas en los cursos.
- El *currículum* está organizado para que cada ciclo se lleve a cabo un proyecto integrador en donde se manifiesten las competencias establecidas en las asignaturas de la trayectoria que el estudiante haya elegido.
- El *currículum* requiere, por la razón arriba expuesta, un fuerte trabajo para cada participante en el programa, y a su vez la constante práctica del trabajo en equipo y la colaboración, como elementos intrínsecos de las competencias de la licenciatura.
- El programa se administra por créditos, y éstos están calculados en función de la carga horaria destinada a la ejecución de los diversos tipos de tareas: estudio independiente, indagaciones, producciones, prácticas y actividades colaborativas.

- Actitud de servicio y compromiso social para mejorar el entorno a través de un trabajo profesional y ético.
- Capacidad para redactar de forma clara y precisa.
- Poseer conocimientos básicos en computación y navegación en Internet.
- Capacidad de autogestión en la organización del tiempo que dedicará al programa de licenciatura.

Este perfil se evaluará mediante los procesos de selección que la coordinación de la carrera decida implementar.

Perfil de egreso

Al cursar el programa de la **Licenciatura en Periodismo Digital** los egresados tendrán el siguiente perfil:

- Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística.
- Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.
- Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo.
- Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.
- Habilidad para planear y generar productos informativos en ambientes virtuales a través del uso de herramientas, tecnologías, aplicaciones y plataformas digitales.

redes de colaboración académica para trabajar en laboratorios virtuales o remotos, en la codirección de proyectos, intercambio de profesores y expertos disciplinares y en investigaciones de fenómenos enfocados en el periodismo. Como ejemplo se anexan al presente proyecto los dos convenios firmados entre la Universidad de Guadalajara y el Centro Internacional para Periodistas (ver ANEXO 5).

Como institución académica comprometida con la formación superior, la investigación de calidad, la formación académica y la profesionalización de perfiles laborales que requiere el entorno social, la Universidad de Guadalajara propone abrir la **Licenciatura en Periodismo Digital**, primera en su tipo en México y América Latina.

Al abrir un programa de pregrado que busca nivelar y profesionalizar la formación académica de los periodistas y comunicadores, la Universidad de Guadalajara cumplirá con una de las metas planteadas en el Plan de Desarrollo Institucional en la línea estratégica de Formación y Docencia.

2. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR

2.1 Objetivos del programa

2.1.1 Objetivo general

El objetivo general de la **Licenciatura en Periodismo Digital** es profesionalizar y actualizar la formación y experiencia profesional de periodistas en activo en los procesos de producción, investigación, evaluación, gestión y comunicación de productos y servicios informativos en ambientes virtuales, con el fin de mejorar y ampliar la oferta noticiosa en la sociedad de la información en la era digital.

2.1.2 Objetivos particulares

distancia y la formación en ambientes virtuales suele ser una respuesta pertinente y factible para atender a poblaciones con necesidades de formación que no suelen ser atendidas por la oferta educativa convencional y escolarizada. Así mismo los entornos virtuales facilitan el trabajo de las redes de formación e investigación independientemente de la ubicación geográfica de sus integrantes.

- Esta tendencia a la conformación de redes de formación aprovechando la potencialidad de los entornos virtuales, ayuda a consolidar la vinculación entre universidad y sector productivo tan requerida y buscada a través de diversas estrategias. En el caso de la **Licenciatura en Periodismo Digital**, el campo de conocimiento es idóneo para impartirse en un ambiente de aprendizaje virtual, pues su modelo académico se enfoca en la gestión del conocimiento y el aprendizaje en ambientes virtuales, articulándose dentro de la problemática que supone el desarrollo y evolución de las TIC y la transformación del periodismo y del campo de las Ciencias de la Comunicación.
- Otra característica común de los programas en línea es que basan su aprendizaje en problemáticas que requieren de un marco de contextualización local-global, demostrando una ventaja formativa en la integración de grupos compuestos por personas ubicadas en distintas regiones, como parte de una estrategia para incidir en el reconocimiento de parámetros y formas de actuación que definan un campo profesional emergente.
- El cambio constante de las tecnologías disponibles y su evolución, hace que siempre estén identificadas como “nuevas tecnologías”, y se aplique el adjetivo “nuevas” a las tecnologías de información y comunicación, que son las que están caracterizando los modos de producción de conocimiento en la era postindustrial. La deslocalización de las nuevas tecnologías, su extraterritorialidad y ubicuidad, colocan al campo como necesario de tratamiento desde ópticas multidisciplinares, inter-institucionales e internacionales, atributos que colocan a la modalidad a

Cuadro n. 1: Productos publicados de la investigación de la Comunicación en, por formato y lustro, 1960-2009 (ccdoc)

Lustro	Libros	Capítulos	Artículos	Total
1960-1964	0	0	2	2 (0.0%)
1965-1969	11	1	1	13 (0.3%)
1970-1974	15	0	34	49 (1.1%)
1975-1979	44	7	121	172 (3.8%)
1980-1984	117	38	173	328 (7.3%)
1985-1989	102	136	239	477 (10.7%)
1990-1994	114	199	419	732 (16.4%)
1995-1999	103	267	531	901 (20.2%)
2000-2004	134	453	480	1067 (23.9%)
2005-2009	78	263	388	729 (16.3%)
Totales	718 (16.1%)	1364 (30.5%)	2388 (53.4%)	4470 (100%)

Aquí cabe señalar que de acuerdo con datos que proporciona el mismo autor, la Universidad de Guadalajara es la tercera institución con más producción académica en el campo de la comunicación, la primera es la UNAM y le sigue la UAM.

Desde el 2008 el Sistema de Universidad Virtual a través del Centro de Formación en Periodismo Digital ha ofrecido educación continua en materia de gestión, conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías en el ámbito periodístico. Se ha capacitado y profesionalizado a periodistas, comunicadores y académicos de México y de otros 24 países.

Hasta marzo del 2011, 500 profesionales tomaron cursos para aprender a crear páginas web y producir contenidos con herramientas y recursos multimedia, entre otros. La mayoría de los cursos se ha impartido en modalidad a distancia y mixta.

A lo largo de tres años que tiene en funcionamiento el Centro de Formación en Periodismo Digital, el SUV ha logrado integrar una red de expertos formadores en periodismo digital, entre quienes se encuentran Sandra Crucianelli, Esther Vargas, Stecey Pastor, James Breiner, Fidel Romero Alvarez, Gabriel Orihuela, Jorge Luis Sierra y otros

M.A. Rebeil y J. Hidalgo (2009) señalan que la Secretaría de Educación Pública registró en el ciclo (2006-2007), un total de 72,224 estudiantes inscritos en programas afines a la comunicación; y que en ese mismo periodo egresaron 11,974 estudiantes.

Los autores explican también que según datos de la *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo* que realizan la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) a través de su Observatorio Laboral, para el año 2008 había 135 mil profesionales de comunicación con empleo. Ello significó un incremento de 12 mil empleos con respecto al año 2007.

En América Latina, sólo dos universidades ofrecen programas de licenciatura, uno es la Universidad de la Plata, en Argentina; y la otra es la Universidad de San Carlos, en Guatemala. Ambos programas son escolarizados, el segundo se ofrece incluso como un curso propedéutico para nivelar a los aspirantes a cursar la Licenciatura en Periodismo. Esto quiere decir que el programa que propone el Sistema de Universidad Virtual, podría tener también una alta demanda a nivel internacional.

En cuanto a la cantidad de posgrados del campo de la Comunicación en México Fuentes Navarro (2011) señala que existen cincuenta programas, de los cuales sólo ocho han alcanzado la acreditación oficial “de calidad” académica, y únicamente cinco se consideran “consolidados”.

Los programas de posgrado incluidos en el Padrón Nacional de Posgrado de Calidad (PNPC) del CONACYT se enfocan a la investigación de fenómenos de la comunicación desde perspectivas socio-culturales. Dos de ellos están en Jalisco (UdeG e ITESO). Ningún posgrado de calidad se especializa en periodismo.¹⁰

La Universidad de Guadalajara cuenta actualmente con dos programas de pregrado en el campo de la comunicación: la Licenciatura en Comunicación Pública, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH); y la Licenciatura en

¹⁰ Para detalles sobre el tema consultar la página web del Padrón Nacional de Posgrado de Calidad: http://www.uson.mx/avisos/padron_nacional_de_posgrado.pdf

El grupo objetivo al que está dirigida la licenciatura está conformado principalmente por periodistas y comunicadores con experiencia que por diferentes razones no tienen el grado de Licenciatura en Periodismo. Entre ellos se encuentran quienes no pudieron terminar su carrera, estudiaron especialidades ajenas a la comunicación o simplemente desean actualizar y nivelar sus conocimientos, habilidades y competencias en el campo del periodismo.

El escritor colombiano Premio Nobel de Literatura, Gabriel García Márquez, y quien fuera en su juventud periodista, asegura que en las carreras de comunicación y periodismo se deben reforzar las áreas técnicas básicas como narración y la investigación periodística; y que siempre se debe considerar la ética. El diseño curricular de la licenciatura se ancla precisamente en las competencias genéricas de la investigación y el análisis y da un peso importante a la dimensión ética de la profesión; aunque también está enfocada a reforzar las habilidades para la evaluación y diagnóstico de sistemas y procesos informativos.

Debido a todo lo anteriormente expuesto, se considera que la propuesta de crear en la Universidad de Guadalajara la **Licenciatura en Periodismo Digital**, en la modalidad a distancia, es pertinente y necesaria en el contexto social actual, ya que ofrecerá un espacio académico accesible para que los periodistas y comunicadores que deseen nivelar, actualizar y profesionalizar su formación, puedan hacerlo sin verse obligados a abandonar su trabajo.

1.2 Aspecto institucional

En el año 2010 se cumplieron 50 años de la existencia de programas académicos dedicados al estudio de la Comunicación y el periodismo en México.

En el estudio *Mopa de los Centros y Programas de Formación de Comunicadores y Periodistas en América Latina y el Caribe* (Unesco- Felafacs, 2009), en el capítulo correspondiente a México, se señala que de acuerdo con datos del periodo 2006-2007 de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES),

Emprender y administrar una empresa informativa en Internet, también es un tema de interés para los periodistas, aunque siguen siendo necesidades apremiantes de formación profesional, aquéllas que tienen que ver con aprender a redactar correctamente y resolver dilemas éticos. Todas estas habilidades están consideradas en el programa de la **Licenciatura en Periodismo Digital**.

Una de las conclusiones a las que llega Guillermo Franco en su estudio es que América Latina “pide a gritos una buena formación en periodismo y particularmente en periodismo digital. La respuesta para que esta oferta sea masiva y de alto alcance es Internet. Hasta ahora, salvo algunas excepciones, la educación formal y presencial no ha logrado integrar todos los conocimientos y habilidades que le permitirían a los egresados desempeñarse de manera plena en el mundo digital”, (2009, p. 14).

En una entrevista online difundida en el sitio web de Universia, Franco asegura que en la actualidad es necesario formar periodistas con mentalidad de emprendedores y no con mentalidad de empleados. Además, dice “el mercado laboral para medios en Internet es monstruoso”, pues hay necesidad de empresas privadas, organizaciones sociales e instituciones públicas de contratar expertos profesionales en periodismo que sepan cómo producir, gestionar y difundir información en línea o a través de Internet⁷.

En el estudio “Condiciones laborales de los periodistas en Guadalajara”, realizado por Blas Alvarado (2012) también se revela que la nueva dinámica de trabajo de los diarios obliga a los periodistas a realizar más actividades que el reportero común y corriente: “Las redacciones se han convertido en empresas que necesitan información multimedia. En una sola plataforma ahora se ofrecen contenidos de video, audio, fotografías e infográficos”⁸.

Estas nuevas exigencias por parte de las empresas y empleadores en la profesionalización del perfil profesional del periodista, para que sea capaz de producir información

⁷ Entrevista en vídeo difundida en la página: <http://formacion-peru.universiablogs.net/tag/guillermo-franco/> (consultada el 15 de marzo de 2010).

⁸ Estudio realizado por Perla Araceli Blas Alvarado, publicado en el libro *Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco*, 2011. (pp. 65-74). México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

informativa de radio en México: Notisistema, que reproduce sus noticieros en 16 estaciones de Jalisco, nueve de la Zona Metropolitana de Guadalajara y siete en otros estados.

En la capital de Jalisco operan también dos estaciones de radio que son sostenidas con recursos públicos: Radio Universidad de Guadalajara (con ocho estaciones en red en distintas regiones del estado) y el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión.

Conscientes de que en nuestro país existe una alta concentración de los sistemas de medios de comunicación, uno de los retos más grandes que tienen las universidades que ofertan programas educativos de periodismo y comunicación es dotar a sus alumnos de las competencias que les permitan generar plataformas noticiosas donde difundan información de calidad.

De acuerdo con el *Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo* llevado a cabo por el Sistema de Universidad Virtual y que se aplicó a 45 periodistas y cinco directivos de distintas organizaciones de medios de la Zona Metropolitana de Guadalajara y del Distrito Federal.

Resultados relevantes del estudio en mención muestran que el 50 por ciento de los entrevistados cree que son mejor pagados los periodistas que saben utilizar las tecnologías de la información y que se capacitan, profesionalizan o actualizan de forma permanente.⁴

En cuanto a las necesidades de profesionalización, los intereses de los periodistas consultados se centran en el uso de herramientas digitales y plataformas tecnológicas para la difusión y producción de información, así como en el manejo de habilidades y competencias para la redacción de contenidos para Internet. Además, los cinco directivos de medios mencionaron que dos de las habilidades más importantes que buscan al contratar periodistas son la capacidad de análisis y de investigación, dos de las

⁴ Ver resultados generales del *Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo*. Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara. Agosto de 2011. ANEXO 1

en esas áreas de la comunicación.

Según datos del estudio *Hóbitos de los usuarios de Internet en México*, en marzo de 2011 había en el país 34.9 millones de usuarios de internet; y la principal actividad relacionada con los medios de comunicación es consultar o leer el periódico en línea, lo que incluye ver videos y escuchar noticias en audio¹.

Debido al aumento de la penetración de Internet en el país, se proyecta que cada vez serán más las personas que accederán o buscarán información periodística a través de plataformas móviles y de dispositivos que distribuyen información a través de la web.

Las tendencias a nivel internacional poco a poco permean la realidad laboral del país y vuelven imperante la necesidad de profesionalizar, actualizar y nivelar los conocimientos, habilidades y competencias profesionales de quienes ejercen profesionalmente actividades en el campo de la comunicación y el periodismo.

El entorno social actual demanda que los periodistas tengan un dominio más amplio de competencias relacionadas con el uso y la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación, pero además se vuelve necesario que estos profesionales dominen competencias relacionadas con la contextualización, la investigación y el análisis de problemáticas y fenómenos sociales contemporáneos.

En un contexto donde convergen tecnología y medios de comunicación y donde se establecen nuevos modelos productivos en las empresas de información, es de suma importancia actualizar, nivelar y adaptar a las necesidades sociales los perfiles profesionales, dando énfasis a un mayor uso, dominio y conocimiento de plataformas y aplicaciones tecnológicas, pero sobre todo, poniendo énfasis en el desarrollo de competencias para el análisis, la investigación e innovación en el campo de la comunicación.

¹ Datos extraídos del reporte del año 2011 de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Documento disponible en línea en la página: <http://www.amipci.org.mx/estudios> (consultado el 15 de mayo de 2011).

CONTENIDO

1. FUNDAMENTACIÓN DEL PROGRAMA	3
1.1 Aspecto social	3
1.2 Aspecto institucional.....	10
2. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR	18
2.1 Objetivos del programa.....	18
2.2 Perfiles de ingreso y egreso	19
2.3 Estructura del plan de estudios.....	22
2.4 Plan de estudios	23
3. METODOLOGÍA EMPLEADA EN LA CONSTRUCCIÓN CURRICULAR.....	25
3.1 Diseño del plan de estudios	25
4. CRITERIOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA	34
5. PLAN DE EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN CURRICULAR.....	39
6. RECURSOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA.....	42
6.1 Planta académica y perfil de los profesores.....	42
6.2 Infraestructura tecnológica	45
6.3 Recursos financieros	47
ANEXOS	53
ANEXO 1. ESTUDIO DE PERTINENCIA	54
ANEXO 2. CURRÍCULOS DE LOS PROFESORES DE TIEMPO COMPLETO	115
ANEXO 3. PROGRAMAS SINTÉTICOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE	165

la elaboración de un diagnóstico de la misma, y en sexto, la propuesta de mejora con base en el citado diagnóstico.

En función de estos proyectos y con base en los ejes de formación, se definieron las competencias específicas necesarias para lograr el perfil de egreso, mismas que se fueron anotando en la celda correspondiente del cuadro de doble entrada.

A las competencias derivadas de las competencias genéricas se les llama indistintamente unidades de competencia, unidades de aprendizaje o unidades de formación. En este documento, para ser congruentes con el modelo de diseño curricular que se siguió, les llamaremos unidades de competencia.

El siguiente cuadro muestra la malla curricular resultante, con sus unidades de competencia por ciclo escolar:

Competencias genéricas	Investigación	Contextualización	Producción	Comunicación	Ética y deontología del periodismo	
Ámbito de la producción noticiosa	Investigación de tendencias en el ámbito periodístico		Redacción de géneros informativos	Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación	Ética y deontología del periodismo	Proyecto 1 Problematización de la práctica periodística
Ámbito de la producción noticiosa	Diseño y técnicas para la investigación periodística	Contextualización de la investigación periodística	Producción multimedia	Escritura para nuevos medios y audiencias		Proyecto 2 Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información

Ámbito de los servicios Informativos	Análisis de las necesidades de los consumidores de información periodística	Evaluación de los servicios informativos a las audiencias	Construcción de la agenda informativa		Gestión y administración de audiencias y usuarios	Proyecto 3 Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias
Ámbito de la organización	Análisis de las funciones y políticas editoriales del medio	Diagnóstico de las formas de producción informativa	Redacción de géneros interpretativos	Innovación en la difusión informativa		Proyecto 4 Mejoramiento de los procesos editoriales y de producción informativa
Ámbito de la organización	Problematización de los procesos administrativos en medios noticiosos	Fundamentación legal de los medios en México		Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio		Proyecto 5 Mejoramiento de la organización
Ámbito de la organización		Fundamentación legal en medios digitales			Vinculación comercial e interinstitucional	Proyecto 6 Mejoramiento de la organización

4. CRITERIOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA

a) Requisitos de ingreso

- Acreditar, mediante constancias de trabajo y portafolio con evidencias de producciones periodísticas, experiencia profesional en el campo de la comunicación y el periodismo de por lo menos cinco años.
- Contar con al menos 25 años cumplidos.
- Certificado de preparatoria o equivalente.
- Presentar currículum vitae.
- Acreditar la competencia de lecto-comprensión del idioma Inglés (nivel intermedio)
- Asistir a entrevista con miembros de la junta académica, en la que se presentará carta de exposición de motivos para cursar el programa, a manera de autobiografía.

b) Requisitos de permanencia

Para el nivel de licenciatura, los límites de tiempo para estar inscrito en la universidad con los beneficios de todos los servicios educativos y extracurriculares, serán los que al respecto establezca la normatividad universitaria sobre el tema, pudiendo concluir sus estudios en lapsos iguales o menores a través de exámenes por competencias.

En cada ciclo de estudios, a petición expresa del alumno, se podrá autorizar la suspensión de los estudios hasta por un año lectivo (licencia), sin que se afecten los plazos previstos en el reglamento correspondiente. En casos excepcionales y plenamente justificados, se podrá ampliar dicha suspensión; en caso de una interrupción mayor de tres años, a su regreso el alumno deberá aprobar el examen global por competencias que se establezca.

El tiempo límite para el cumplimiento de la totalidad de los requisitos del ciclo educativo del programa, será el doble del tiempo establecido en el plan de estudios correspondiente, al término del cual se causará baja definitiva. No se considerará, dentro de este límite de tiempo, la presentación del examen profesional.

Asimismo, los alumnos que hayan suspendido sus estudios podrán reinscribirse, en caso de que los plazos no se hubieran extinguido; pero tendrán que sujetarse al plan de estudios vigente en la fecha de su reingreso.

c) Requisitos de egreso

El alumno se considerara egresado del Programa en *Periodismo Digital* una vez que haya cursado y aprobado todas las unidades de competencia y haya acreditado el 100% de los créditos establecidos.

d) Evaluación de los alumnos y obtención de créditos

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Evaluación y Promoción de alumnos de la Universidad de Guadalajara, se evaluarán los aprendizajes aplicando los métodos y técnicas adecuados, según el tipo de unidad de competencia. Dado que el Sistema de Universidad Virtual diseña sus programas educativos con base en el modelo de competencias, la evaluación se centrará en el desempeño y se evidenciará, preferentemente, mediante la resolución de casos y problemas, así como la planeación e implementación de proyectos.

e) Acreditación de competencias

De acuerdo al mismo Reglamento General de Evaluación y Promoción de alumnos citado arriba, y considerando que el alumnado del Sistema de Universidad Virtual es adulto en su mayoría, con desempeño previo en diversos ámbitos laborales, se aplicará un examen de competencia, a petición del alumno, para acreditar aquella o aquellas áreas del conocimiento en las que ya posea experiencia o deseé demostrar sus competencias, con la finalidad de diseñar su propia trayectoria para cursar el programa.

f) Servicio social

El estudiante, como requisito para su titulación, deberá haber realizado el servicio social considerando los siguientes criterios:

- Lo desempeñará en alguna organización que cubra los criterios determinados por la Universidad para la generalidad de sus programas.
- Se considerará servicio social la continuidad del estudiante en la ejecución de un proyecto o tarea profesional después de haber terminado el período exigido curricularmente y si no percibe remuneración por dicha práctica.
- El registro de tal actividad como servicio social deberá hacerse formalmente ante la Coordinación de Carrera siguiendo los lineamientos indicados para su cobertura.

El servicio social no contará con valor en créditos, ya que, como se menciona arriba, es un requisito institucional para la titulación.

g) Titulación

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Titulación de la Universidad de Guadalajara, y de manera específica, los requisitos de titulación de los alumnos:

- Contar con la aprobación de 330 créditos.
- Haber cumplido con el servicio social tal y como lo marca la normatividad.
- Presentar y aprobar dentro de la modalidad de titulación seleccionada el producto requerido por la misma.

La modalidad de estudio será en línea y con el apoyo de un asesor de forma permanente para la orientación de su aprendizaje.

Número mínimo de alumnos requeridos para abrir una promoción del programa:

Se atenderá un mínimo de 20 estudiantes y un máximo de 25 alumnos por sección, y se espera iniciar con un grupo máximo de 80 estudiantes divididos en las distintas secciones.

El mínimo se justifica, en el aspecto académico, para poder propiciar el trabajo colaborativo entre los participantes en la elaboración de los proyectos y desarrollo de

actividades, y en el aspecto administrativo obedece a la recuperación adecuada del costo de inversión.

El máximo obedece a que en educación a distancia no es posible atender un número elevado de estudiantes, ya que se requiere una atención personalizada por parte de los asesores para evitar la deserción.

Duración del programa

El tiempo estimado para el estudio de esta licenciatura es de seis semestres, en un período de tres años como mínimo y un máximo de cinco años. Se podrán hacer las revalidaciones convenientes de acuerdo con el Reglamento General de Revalidaciones, Equivalencias y Acreditación de Estudios de la Universidad de Guadalajara.

Para la implementación de la **Licenciatura en Periodismo Digital** en modalidad a distancia se toman en cuenta aspectos académicos, tecnológicos y administrativos que permitan la adecuada ejecución del programa, además de facilitar y propiciar la flexibilidad de servicios que respondan de manera eficiente y pertinente a los estudiantes.

- a) La mediación pedagógica del programa se llevará a cabo a través de la plataforma digital Ambiente Virtual de Aprendizaje o de otra plataforma que la Coordinación de la Carrera decida, y la gestión académica, en la Dirección Académica del Sistema de Universidad Virtual.
- b) Los procesos de inscripción se llevarán a cabo mediante mecanismos digitalizados por medio de los cuales el estudiante esté en posibilidades de realizar los trámites a través de un sistema moderno y flexible, mediante la adecuación del sistema de información existente que permitirá realizar sus trámites vía Internet.
- c) La administración escolar del programa estará a cargo de la Coordinación de Control Escolar del Sistema de Universidad Virtual, a través de un módulo especial.
- d) Se implementarán bases de datos que se actualizarán regularmente, y se proporcionarán los siguientes servicios:
 - Información administrativa

- Expedición de documentos oficiales
- Pago de matrículas
- Información académica
- Trámites de titulación
- Seguimiento de la trayectoria escolar de los estudiantes y de los egresados

e) Contratación de profesores

- Se contratará un asesor por cada 20 alumnos, de acuerdo con los lineamientos del SUV.
- Se contratará a un asesor por cada 10 alumnos para las materias correspondientes a los laboratorios de proyecto, de acuerdo con los lineamientos del SUV.
- Se tendrán apoyos de profesores de la red para la asesoría, previo acuerdo con los centros universitarios.
- Se contratarán profesionales para fortalecer el programa y garantizar la calidad:
 - Diseñadores de cursos
 - Asesores externos para proyectos de investigación
 - Conferencistas
 - Evaluadores

5. PLAN DE EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN CURRICULAR

La evaluación, como uno de los momentos principales del proceso educativo, constituye para el SUV un eje que cruza todas sus demás acciones, dando cuenta de lo académico, lo administrativo, lo operativo y lo normativo.¹¹

¹¹ Universidad de Guadalajara, "Evaluación y certificación. Propuesta para la creación del Sistema Virtual de la Universidad de Guadalajara", noviembre de 2004.

El modelo de evaluación del Sistema de Universidad Virtual concibe a éste como un objeto de estudio macro, con múltiples elementos y procesos particulares que deberán ser estudiados, y también con una gran variedad de relaciones bilaterales con los centros universitarios y organismos externos con los que establecerá trabajos de cooperación e intercambio. Se pretende que la evaluación no sólo dé cuenta del aprendizaje de los estudiantes, sino que abarque el desempeño del sistema respecto a la provisión de estructura y trayectorias para la gestión del conocimiento, su capacidad para conformar comunidades de aprendizaje y redes de conocimiento, así como la provisión de espacios, herramientas, insumos, clima para el óptimo manejo de la información, la producción, la interacción y la exhibición de lo producido.

El plan de evaluación del programa de **Licenciatura en Periodismo Digital** identifica tres grandes categorías: lo académico, lo administrativo y lo relacionado con la infraestructura.

Respecto a lo académico, la evaluación abarcará:

- Plan de estudio
- Desempeño académico de profesores
- Perfiles de ingreso y egreso de estudiantes
- Proyectos realizados por los alumnos
- Aprendizaje de estudiantes
- Perfiles de profesores
- Proceso educativo (interacciones, utilización de materiales, asesoría, participación de estudiantes)
- Materiales educativos
- Recursos informativos
- Equipo de apoyo para procesos educativos

Respecto a lo administrativo, las variables a evaluar son las que se señalan enseguida, que deberán analizarse en vinculación estrecha con los procesos educativos que respaldan:

- Procesos de tramitación
- Atención a usuarios
- Promoción de oferta educativa
- Registro y control de estudios
- Venta de servicios

En lo que se refiere a la categoría de lo técnico y la infraestructura, se enuncia lo siguiente:

- Instalaciones
- Plataformas
- Equipo técnico e informático

El sistema de evaluación que se propone, como parte del modelo académico general, deberá basarse en los principios rectores del modelo de aprendizaje expresados ya en este documento; así, la autogestión, la significación, la creatividad y la participación, como puntos de llegada de los procesos educativos, definirán los criterios e indicadores de la evaluación.

La evaluación de la plataforma es un aspecto fundamental en la educación virtual, por lo que se hace énfasis en la necesidad de evaluar sus posibilidades de interacción con el objeto de estudio y con sus compañeros y asesores, así como su grado de amigabilidad.

El programa de licenciatura realizará dos tipos de evaluación: interna y externa. La evaluación interna implica una evaluación institucional, donde se realizarán ejercicios de autoevaluación de mediano plazo (entre tres y cinco años) con base en los indicadores, las normas y las políticas institucionales, nacionales e internacionales y con la creación de comités internos creados por expertos en el campo.

La evaluación externa involucra una evaluación de pares a mediano plazo.

La instancia del SUV encargada del programa de evaluación descrita será la Coordinación de Evaluación. Se conformará un cuerpo colegiado, co-responsable de los procesos de evaluación de la Licenciatura en Periodismo Digital, que se integrará con el coordinador de la carrera, algunos profesores de tiempo completo del SUV con formación y experiencia en el campo de la comunicación y profesores de asignatura con reconocida trayectoria en el periodismo y la comunicación.

6. RECURSOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA

6.1 Planta académica y perfil de los profesores

Para el Sistema de Universidad Virtual el docente es un facilitador del proceso de aprendizaje, que centra su atención en la persona que aprende y que transforma en verdadera comunicación educativa los procesos de información y comunicación mediados por las nuevas tecnologías, en el marco de entornos virtuales.

Además, el profesor participante del programa reflexiona de manera crítica y propositiva sobre su propia práctica, revisando sus formas de trabajar y de relacionarse con los otros. Conoce las teorías y metodologías educativas y aplica los aspectos pertinentes de acuerdo con el contexto.

El docente del SUV, convencido de que el conocimiento no es un material inerte que se puede transmitir, sino un proceso-producto cambiante, facilita la formación de comunidades de aprendizaje y trabaja con sus colegas de manera colegiada.

Tiene la experiencia en su campo de competencia, suficiente para guiar y hacer aportaciones significativas a sus alumnos en el proceso de aprendizaje. Además se comunica respetuosa, abierta y correctamente con sus alumnos, tanto oralmente como

por escrito. Asimismo, modera hábilmente la comunicación sincrónica y asincrónica que se genera en los medios virtuales de comunicación.

Con base en la conceptualización expuesta, de manera más puntual, se considera que para ser asesor de licenciatura en el Sistema de Universidad Virtual la persona debe tener el siguiente perfil:

- Tener como mínimo grado académico de licenciatura, pero se desea o espera que tenga un grado de maestría.
- Tener experiencia docente.
- Tener experiencia en la modalidad educativa a distancia.
- Su estilo docente debe estar centrado en el aprendizaje, es decir, debe tener claro su rol de asesor, motivador, comunicador, guía, facilitador y tutor. Tener como objetivo que los alumnos logren los aprendizajes cognitivos, procedimentales y actitudinales esperados.
- Estar familiarizado y sentirse cómodo con el manejo de las nuevas tecnologías de la informática y la comunicación.
- Expresarse correctamente de forma oral y escrita.
- Conocer y aplicar el modelo académico del SUV.
- Tener experiencia en el campo de la investigación que le permita dirigir tesis y proyectos terminales.
- Tener habilidades de moderador.
- Contar con acceso a Internet.
- Tener disponibilidad para trabajar en las academias y en comisiones diversas del SUV y para capacitarse cuando así se requiera.
- Obtener consistentemente resultados satisfactorios en las evaluaciones de desempeño docente realizadas en el SUV.

Las características más destacadas que debe poseer un docente, además de las anteriores, para la generación de comunidades de aprendizaje, son las que siguen:¹²

Conciencia social para percibir y comprometerse con las necesidades colectivas y para ser capaz de considerar las necesidades de saber, de aprendizaje y de expresión de los diversos grupos sociales, y los modos como se difunde y socializa el conocimiento, es decir, cómo llega a todos sus niveles, elementos, clases y estructuras.

Anticipación, que implica la prospectiva y prevención de las nuevas situaciones, y que capacita al educando para enfrentar lo incierto.

Flexibilidad y apertura frente a los conocimientos, que se transforman permanentemente.

Democracia para alentar los procesos de aprendizajes participativos y significativos que impactarán en la calidad de vida de personas y grupos.

Es también importante la actitud de aprendizaje continuo por parte del docente, que le conducirá a estar actualizado en su disciplina y en el modelo educativo del SUV.

Planta académica

Se cuenta con cinco **Profesores de Tiempo Completo (PTC)**, que son expertos disciplinares en el campo de la comunicación y el periodismo, y que tienen experiencia en la enseñanza a modalidad a distancia:

Nombre completo	Nombramiento	Nombre del último grado académico	Centro de adscripción
Rosa Elena	PTC Titular A	Maestría en	Sistema de

¹² Universidad de Guadalajara, "Modelo educativo. Propuesta para la creación del Sistema Virtual de la Universidad de Guadalajara", noviembre de 2004, p. 30.

Richart Varela		Educación con especialidad en Metodología de la Educación	Universidad Virtual
Rodrigo González Reyes	PTC Asociado B	Maestría en Comunicación	Sistema de Universidad Virtual
Rosalía Orozco Murillo	PTC Asociado A	Maestría en Comunicación	Centro Universitario de la Ciénega
Tonatiuh Lay	PTC Titular A	Doctorado en Ciencias Sociales	Sistema de Universidad Virtual
Luis Fernando Ramírez Anaya	PTC Asistente A	Maestría en Comunicación	Sistema de Universidad Virtual

6.2 Infraestructura tecnológica

La infraestructura tecnológica es una de las piezas clave en el éxito de los sistemas de enseñanza en línea, dado que su finalidad es lograr dar respuesta a todas las operaciones que realizan académicos, alumnos y administrativos a través de las múltiples conexiones a las plataformas de enseñanza en línea, de forma eficiente y sin problemas. Por ello se debe contar con todos los suministros necesarios que permitan garantizar que se lograrán los objetivos del programa de **Licenciatura en Periodismo Digital**.

Por este motivo, el Sistema de Universidad Virtual cuenta con elementos que en conjunto forman una infraestructura tecnológica confiable y que conforman varias plataformas de enseñanza en línea.

La infraestructura que permitirá atender a académicos, alumnos y administrativos del programa de maestría se compone de:

- 5 servidores DELL con 2 procesadores Xeon a 2.6 Ghz y 2 Gb de memoria RAM cada uno, que permiten distribuir las operaciones que se realizan en la plataforma y accesos a bases de datos.
- 1 servidor HP con 2 procesadores P3 a 700 Mhz y 2 Gb de RAM.
- Una red de datos que conecta a los servidores a 100 Mbps y que permite que éstos sean accedidos desde Internet a través de un enlace de 43 Mbps y desde Internet2 a 34 Mbps.

En cuanto al software utilizado para conformar la plataforma, se utiliza software libre, dada la robustez y seguridad que lo caracteriza y además debido a que un gran número de universidades, empresas y ciudades enteras están cada vez más convencidos de que el software libre proporciona libertad y flexibilidad para desarrollar y adecuar sistemas según las necesidades que se tengan; por eso actualmente se utiliza Linux, como sistema operativo en los servidores, lo que nos permite una gran flexibilidad y seguridad para soportar los desarrollos. PHP y Java como lenguajes de programación para los desarrollos. Mysql y PostgreSQL como bases de datos, dado que son muy confiables y se adaptan perfectamente a las necesidades, debido a su gran cantidad de interfaces de programación para los lenguajes que se utilizan.

Todos estos elementos de hardware y software no serían nada sin el gran grupo de trabajo que realiza la programación de los sistemas y la administración de los servidores. Por lo que se cuenta con:

- Un equipo de desarrollo
- Un grupo de diseñadores gráficos, que se encargan de dar la imagen y presentación a nuestra plataforma
- Personal de soporte técnico que atiende las peticiones de alumnos, profesores y administrativos en cuestiones técnicas

- Un centro de ayuda que proporciona servicios permanentes de asesoría académica, tecnológica y administrativa en línea

6.3 Recursos financieros

Los recursos económicos y financieros que serán utilizados por la licenciatura para cubrir sus gastos operativos provendrán del presupuesto ordinario que le será asignado como programa educativo del Sistema de Educación Virtual de nuestra institución.

Con esta aportación económica se pretende hacer frente a los costos directos e indirectos de la operación académica, del soporte técnico que se brinda a asesores, alumnos, trabajadores, y también aquellos generados por las labores de apoyo administrativo y de gestión. Sin embargo, habrá un flujo de recursos económicos provenientes de las cuotas y aranceles cubiertos por los alumnos que ayudarán a saldar algunos de los gastos que han de enfrentarse con la operación del programa.

Los aspirantes a ingresar a la **Licenciatura en Periodismo Digital** pagarán el equivalente a 19.84 días de salarios mínimos diarios vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara por el proceso de admisión. Una vez dictaminados como admitidos en el programa, en cada ciclo escolar los alumnos aportarán el equivalente a 26.72 salarios mínimos diarios vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara. En el caso de los estudiantes extranjeros se incrementarán los costos en un 10% de los montos establecidos.

Además, se buscará que el programa sea apoyado a través de fondos para actividades específicas del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI) y se espera que en un futuro, cuando el programa esté en operación, el Programa Nacional de Becas Estudiantiles (PRONABES) apoye con becas a los estudiantes que así lo requieran.

No se requiere de la creación de una dependencia más para la implantación del programa, dado que ésta se hará dentro de la Coordinación de Programas de la Dirección Académica del SUV.

Se presenta enseguida el estudio financiero del programa.

Proyección de matrícula por ciclo y calendario escolar

Calendario Escolar	Aspirantes	Ciclo						Matrícula
		1	2	3	4			
2012A	89	80						80
2012B	89	80	74					154
2011A	89	80	74	69				223
2011B	89	80	74	69	64			288
2012A	89	80	74	69	64			288
2012B	89	80	74	69	64			288
2013A	89	80	74	69	64			288
2013B	89	80	74	69	64			288
2014A	89		74	69	64			288
2014B	89			69	64			288
2015A	89				64			290
2015B	89							292
2016A	89							292
2016B	89							292
2017A	89							292
2017B	89							292

Estimación de ingresos por proceso de selección y matrícula

Calendario Escolar	Solicitantes	Admitidos	Alumnos	Ingreso		
				Selección	Matrícula	Total
2012A	89	80	80	\$ 145,549.71	\$ 260,533.98	\$ 406,083.69
2012B	89	80	154	\$ 151,677.36	\$ 521,989.77	\$ 673,667.13
2011A	89	80	223	\$ 151,677.36	\$ 755,868.31	\$ 907,545.67
2011B	89	80	288	\$ 156,195.00	\$ 1,005,264.00	\$ 1,161,459.00
2012A	89	80	288	\$ 156,195.00	\$ 1,005,264.00	\$ 1,161,459.00
2012B	89	80	288	\$ 161,001.00	\$ 1,036,195.20	\$ 1,197,196.20
2013A	89	80	288	\$ 161,001.00	\$ 1,036,195.20	\$ 1,197,196.20

2013B	89	80	288	\$ 165,807.00	\$ 1,067,126.40	\$ 1,232,933.40
2014A	89	80	288	\$ 165,807.00	\$ 1,067,126.40	\$ 1,232,933.40
2014B	89	80	288	\$ 170,613.00	\$ 1,098,057.60	\$ 1,268,670.60
2015A	89	80	290	\$ 170,613.00	\$ 1,105,683.00	\$ 1,276,296.00
2015B	89	80	292	\$ 175,419.00	\$ 1,144,669.20	\$ 1,320,088.20
2016A	89	80	292	\$ 175,419.00	\$ 1,144,669.20	\$ 1,320,088.20
2016B	89	80	292	\$ 182,628.00	\$ 1,191,710.40	\$ 1,374,338.40
2017A	89	80	292	\$ 182,628.00	\$ 1,191,710.40	\$ 1,374,338.40
2017B	89	80	292	\$ 189,837.00	\$ 1,238,751.60	\$ 1,428,588.60
Total						\$ 18,532,882.09

Secciones por ciclo

Calendario Escolar	Ciclo								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
2012A	24								24
2012B	24	22							46
2011A	24	22	24						70
2011B	24	22	24	16					86
2012A	24	22	24	16					86
2012B	24	22	24	16					86
2013A	24	22	24	16					86
2013B	24	22	24	16					86
2014A		22	24	16					86
2014B			24	16					86
2015A				16					86
2015B									86
2016A									86
2016B									86
2017A									86
2017B									86

Horas por semana

Calendario Escolar	Ciclo								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
2012A	52								52
2012B	52	55							107
2011A	52	55	56						163
2011B	52	55	56	41					204

2012A	52	55	56	41			204
2012B	52	55	56	41			204
2013A	52	55	56	41			204
2013B	52	55	56	41			204
2014A		55	56	41			204
2014B			56	41			204
2015A				41			204
2015B							204
2016A							204
2016B							204
2017A							204
2017B							204

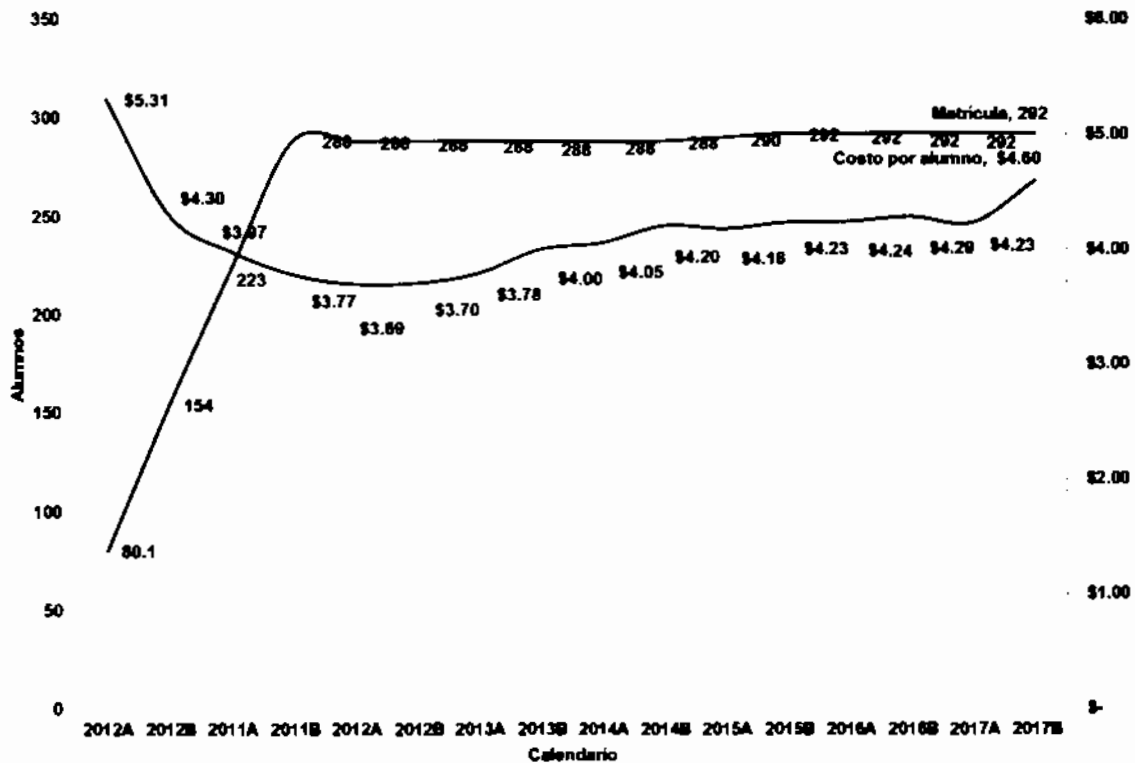
Costo en Recursos Humanos

Calendario Escolar	Costo por asignaturas	Coordinador de Carrera	Asistente de coordinador	Total
2012A	\$ 161,576.12	\$ 171,700.75	\$ 81,696.70	\$ 414,973.57
2012B	\$ 348,589.76	\$ 179,427.28	\$ 85,373.05	\$ 613,390.09
2011A	\$ 531,600.52	\$ 179,427.28	\$ 85,373.05	\$ 796,400.86
2011B	\$ 695,542.12	\$ 187,501.51	\$ 89,214.84	\$ 972,258.47
2012A	\$ 695,542.12	\$ 187,501.51	\$ 89,214.84	\$ 972,258.47
2012B	\$ 726,841.52	\$ 195,939.08	\$ 93,229.51	\$ 1,016,010.11
2013A	\$ 726,841.52	\$ 195,939.08	\$ 93,229.51	\$ 1,016,010.11
2013B	\$ 759,549.39	\$ 204,756.34	\$ 97,424.83	\$ 1,061,730.56
2014A	\$ 759,549.39	\$ 204,756.34	\$ 97,424.83	\$ 1,061,730.56
2014B	\$ 793,729.11	\$ 213,970.37	\$ 101,808.95	\$ 1,109,508.44
2015A	\$ 793,729.11	\$ 213,970.37	\$ 101,808.95	\$ 1,109,508.44
2015B	\$ 829,446.92	\$ 223,599.04	\$ 106,390.35	\$ 1,159,436.32
2016A	\$ 829,446.92	\$ 223,599.04	\$ 106,390.35	\$ 1,159,436.32
2016B	\$ 866,772.03	\$ 233,661.00	\$ 111,177.92	\$ 1,211,610.95
2017A	\$ 866,772.03	\$ 233,661.00	\$ 111,177.92	\$ 1,211,610.95
2017B	\$ 905,776.77	\$ 244,175.74	\$ 116,180.93	\$ 1,266,133.44

Gastos de inversión y de operación

Calendario	Equipo de cómputo y	Mantenimiento de	Acervos	Gastos de	Total
------------	---------------------	------------------	---------	-----------	-------

Escolar	telecomunicaciones	la plataforma		operación	
2012A				\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
2012B	\$ 14,000.00	\$ 10,000.00	\$ 15,000.00	\$ 10,000.00	\$ 49,000.00
2011A	\$ 45,000.00	\$ 15,000.00	\$ 20,000.00	\$ 10,000.00	\$ 90,000.00
2011B	\$ 66,000.00	\$ 18,000.00	\$ 20,000.00	\$ 10,000.00	\$ 114,000.00
2012A	\$ 62,000.00	\$ 16,000.00		\$ 12,000.00	\$ 90,000.00
2012B	\$ 21,000.00	\$ 16,000.00		\$ 12,000.00	\$ 49,000.00
2013A	\$ 46,000.00	\$ 16,000.00		\$ 12,000.00	\$ 74,000.00
2013B	\$ 61,000.00	\$ 13,000.00		\$ 15,000.00	\$ 89,000.00
2014A	\$ 48,000.00	\$ 14,000.00	\$ 28,000.00	\$ 16,000.00	\$ 106,000.00
2014B	\$ 43,000.00	\$ 14,000.00	\$ 28,000.00	\$ 16,000.00	\$ 101,000.00
2015A	\$ 54,000.00	\$ 12,000.00	\$ 20,000.00	\$ 16,000.00	\$ 102,000.00
2015B	\$ 20,000.00	\$ 12,000.00	\$ 29,000.00	\$ 16,000.00	\$ 77,000.00
2016A	\$ 20,000.00	\$ 10,000.00	\$ 33,000.00	\$ 16,000.00	\$ 79,000.00
2016B		\$ 11,500.00	\$ 13,000.00	\$ 15,000.00	\$ 39,500.00
2017A		\$ 11,500.00		\$ 13,000.00	\$ 24,500.00
2017B	\$ 41,000.00	\$ 20,000.00		\$ 15,000.00	\$ 76,000.00



Costo total y por alumno

Calendario Escolar	Gastos de inversión y operación	Recursos Humanos	Costo Total (a)	Ingreso (b)	b-a	Costo por alumno
2012A	\$ 10,000.00	\$ 414,973.57	\$ 424,973.57	\$ 406,083.69	-\$ 18,889.88	\$ 5,305.54
2012B	\$ 49,000.00	\$ 613,390.09	\$ 662,390.09	\$ 673,667.13	\$ 11,277.04	\$ 4,301.23
2011A	\$ 90,000.00	\$ 796,400.86	\$ 886,400.86	\$ 907,545.67	\$ 21,144.81	\$ 3,974.89
2011B	\$ 114,000.00	\$ 972,258.47	\$ 1,086,258.47	\$ 1,161,459.00	\$ 75,200.53	\$ 3,771.73
2012A	\$ 90,000.00	\$ 972,258.47	\$ 1,062,258.47	\$ 1,161,459.00	\$ 99,200.53	\$ 3,688.40
2012B	\$ 49,000.00	\$ 1,016,010.11	\$ 1,065,010.11	\$ 1,197,196.20	\$ 132,186.09	\$ 3,697.95
2013A	\$ 74,000.00	\$ 1,016,010.11	\$ 1,090,010.11	\$ 1,197,196.20	\$ 107,186.09	\$ 3,784.76
2013B	\$ 89,000.00	\$ 1,061,730.56	\$ 1,150,730.56	\$ 1,232,933.40	\$ 82,202.84	\$ 3,995.59
2014A	\$ 106,000.00	\$ 1,061,730.56	\$ 1,167,730.56	\$ 1,232,933.40	\$ 65,202.84	\$ 4,054.62
2014B	\$ 101,000.00	\$ 1,109,508.44	\$ 1,210,508.44	\$ 1,268,670.60	\$ 58,162.16	\$ 4,203.15
2015A	\$ 102,000.00	\$ 1,109,508.44	\$ 1,211,508.44	\$ 1,276,296.00	\$ 64,787.56	\$ 4,177.62
2015B	\$ 77,000.00	\$ 1,159,436.32	\$ 1,236,436.32	\$ 1,320,088.20	\$ 83,651.88	\$ 4,234.37
2016A	\$ 79,000.00	\$ 1,159,436.32	\$ 1,238,436.32	\$ 1,320,088.20	\$ 81,651.88	\$ 4,241.22
2016B	\$ 39,500.00	\$ 1,211,610.95	\$ 1,251,110.95	\$ 1,374,338.40	\$ 123,227.45	\$ 4,284.63
2017A	\$ 24,500.00	\$ 1,211,610.95	\$ 1,236,110.95	\$ 1,374,338.40	\$ 138,227.45	\$ 4,233.26
2017B	\$ 76,000.00	\$ 1,266,133.44	\$ 1,342,133.44	\$ 1,428,588.60	\$ 86,455.16	\$ 4,596.35

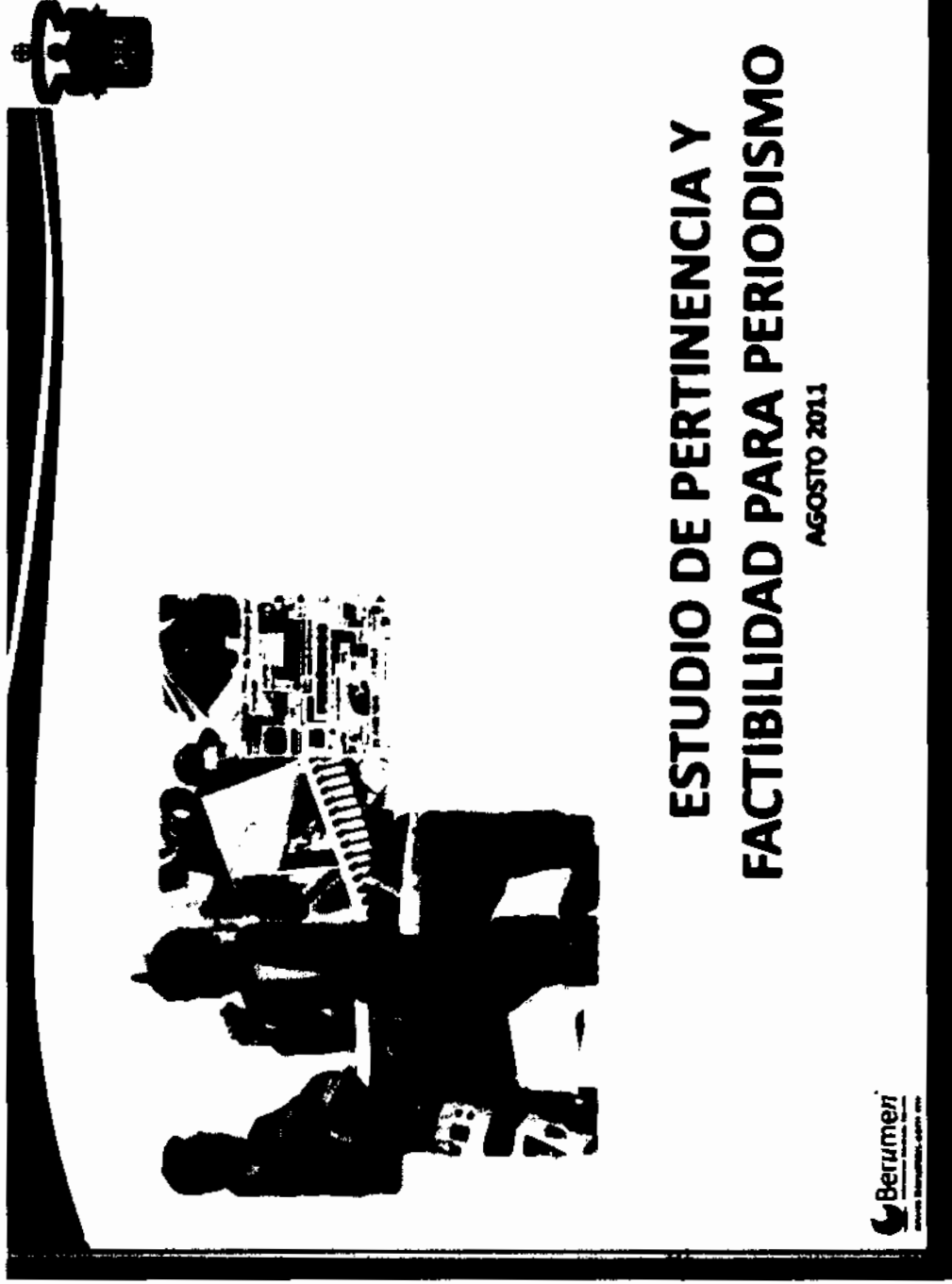
ANEXOS

)

)

)

ANEXO 1. ESTUDIO DE PERTINENCIA





OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO:

Recabar las percepciones de periodistas y comunicadores sobre las prácticas profesionales del periodismo y conocer las tendencias sobre el quehacer periodístico en México.



METODOLOGÍA

Población Objetivo: Periodistas, reporteros, editores, redactores, columnistas, diseñadores, correctores, fotógrafos, directivos de medios y columnistas en las ciudades de Guadalajara y México.

Diseño de la Muestra: Se definieron cuotas para los siguientes medios de comunicación:

Tipo de medio	Entrevistas
Periódicos con circulación mayor a 15 mil ejemplares.	10
Revistas de información general o noticiosa con influencia y alcance nacional o regional.	10
Medios electrónicos (Radio y Televisión) con noticiarios de influencia regional y nacional.	10
Medios en línea o portales digitales con énfasis en lo noticioso.	10
Agencias de noticias y áreas de prensa de organizaciones públicas y privadas.	10

Metodología de recolección de datos. Entrevistas personales "cara a cara" mediante concertación de citas con los informantes.



METODOLOGÍA

Tamaño de la muestra. 50 entrevistas (30 en la ciudad de México y 20 en Guadalajara).

Se consideraron 2 segmentos: Directores (con personal a cargo) 8 entrevistas y Periodistas, en este se incluyeron reporteros, correctores, editores, fotógrafos, etc. (sin personal a cargo).

Tipo de medios	Nombre del medio	Entrevistas Directores y Periodistas
Periodicos con circulacion mayor a 15 mil ejemplares.	El Universal	1
	La Prensa	2
	La Jornada	1
	Milenio Jalisco	1
	El Informador	1
	Ovaciones	2
	Siempre	2
	Proceso México	1
	Centralínea	2
	Proceso Jalisco	2
Revistas de información general o noticiosa con influencia y alcance nacional o regional.	Once TV México	2
	Televisa	2
	TV Azteca	2
	Promedios Radio	1
Medios electronicos (Radio y Television) con noticiarios de influencia regional y nacional.	Radio U de G	1
	Notisistema	1





METODOLOGÍA

Tipo de medios	Nombre del medio	Entrevistas
Medios en línea o portales digitales	SinEmbargo	1
	El Respetable	4
	Alerta Periodística	2
	Eje Central	2
Agencias de Noticias y áreas de prensa	Notimex	1
	Apro	3
	Comunicación Social del Ayuntamiento de Zapopan	1
	Dirección de Comunicación Social del Gobierno de Jalisco	1
	Coordinación de medios del Comité Directivo estatal del PAN Jalisco	1
	TOTAL	8
		42

Fecha de levantamiento. Del 5 de julio al 2 de Agosto de 2011.





PERFIL DE LOS INFORMANTES

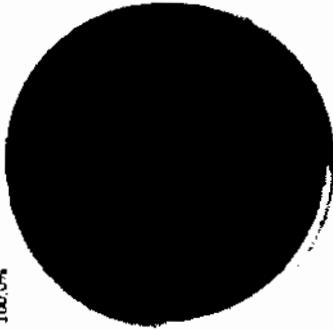


DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

SEXO

MASCULINO
100,0%



EDAD



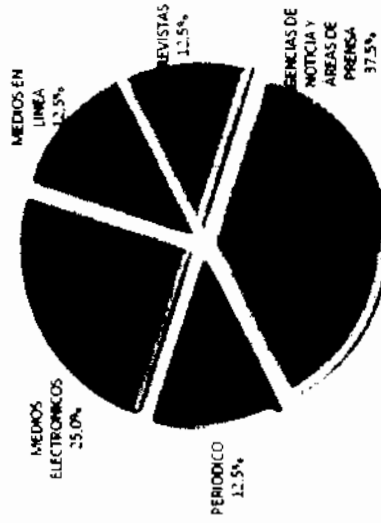
TIEMPO DE TRABAJAR EN EL PERIODISMO

ANOS
23,3

• 23,3



MEDIO EN EL QUE TRABAJA

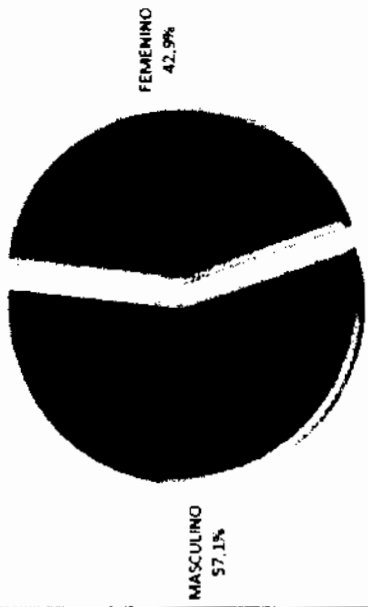




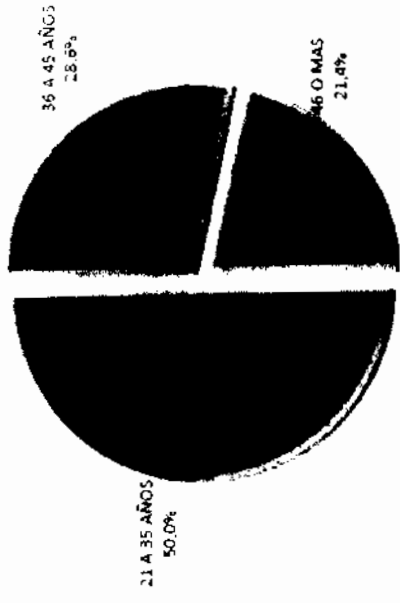
PERIODISTAS

BASE: 42 CASOS

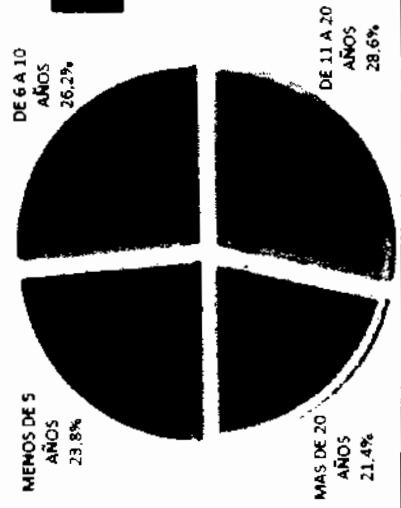
SEXO



EDAD

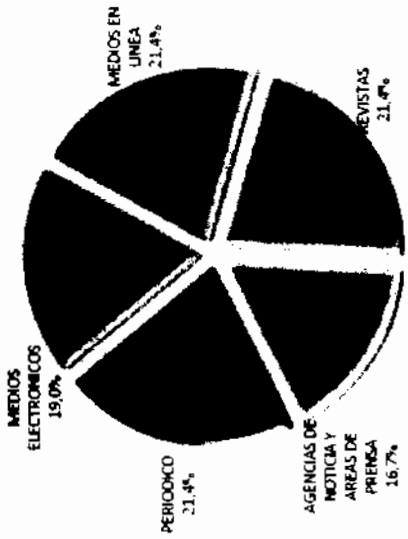


TIEMPO DE TRABAJAR EN EL PERIODISMO



• 12.9 AÑOS PROMEDIO

MEDIO EN EL QUE TRABAJA

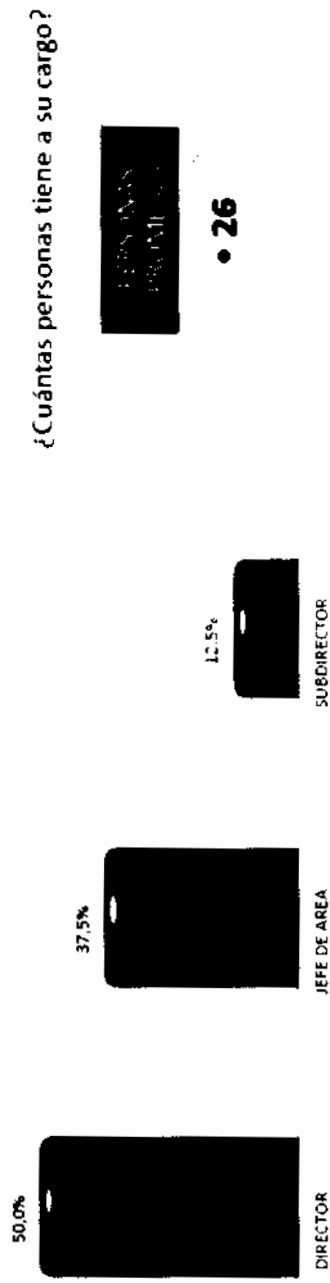




DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

Podría decirme ¿Cuál es su puesto en este medio informativo?



PERIODISTAS

BASE: 42 CASOS

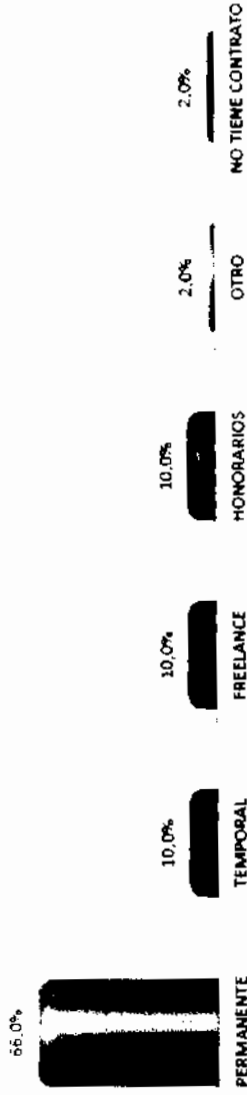
Podría decirme ¿Cuál es su puesto en este medio informativo?





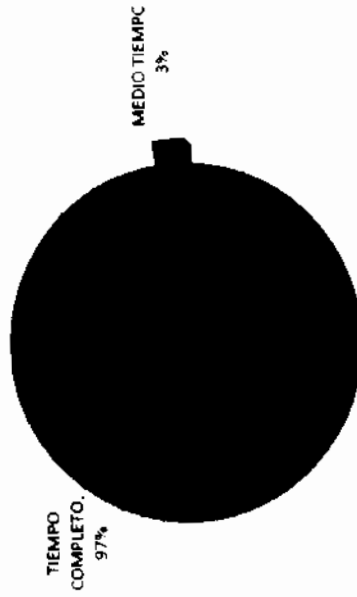
¿Qué tipo de contrato tiene usted?

BASE: 50 CASOS

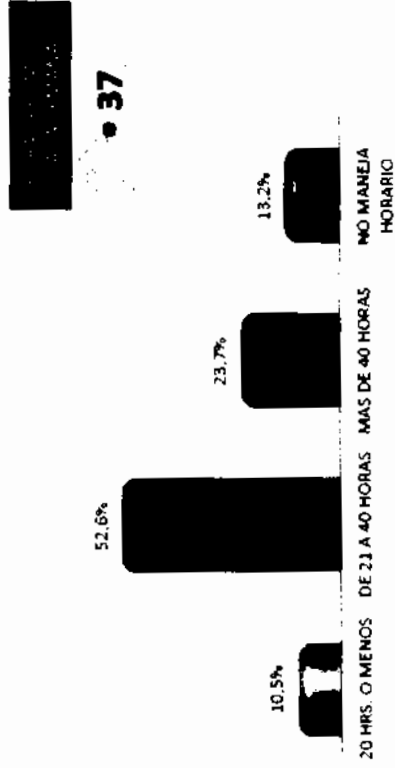


66% DE ENTREVISTADOS CON CONTRATO PERMANENTE

¿Trabaja tiempo completo o medio tiempo?



¿Cuántas horas a la semana le pide cubrir su contrato?





BASE: 50 CASOS

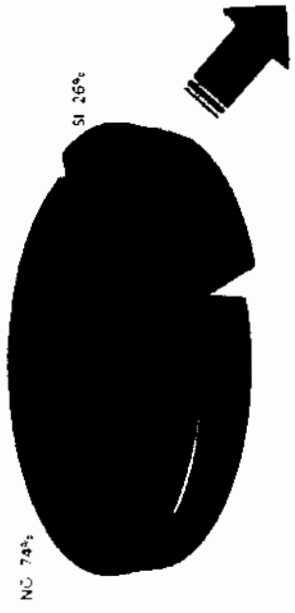
PUESTO		¿Cuánto tiempo tiene usted trabajando para este medio informativo?	HORAS PROMEDIO
PERIODISTAS		7,1	43,9
MEDIO			





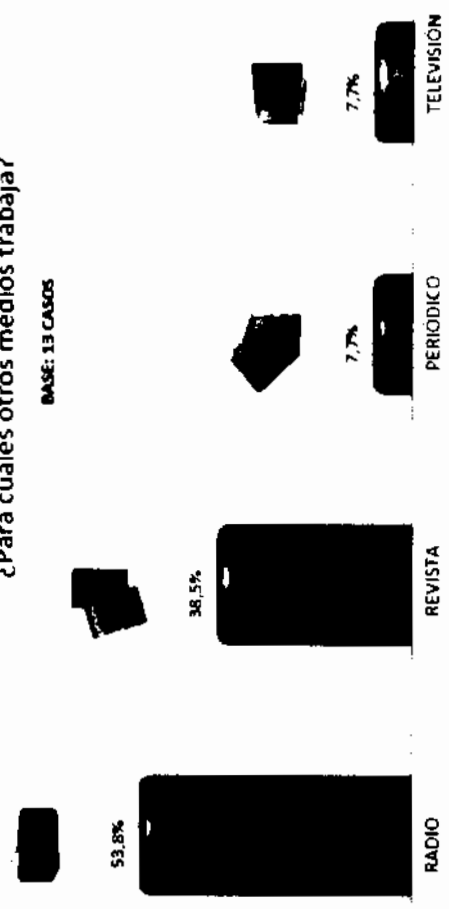
¿Trabaja usted para otros medios de comunicación?

BASE: 50 CASOS



¿Para cuáles otros medios trabaja?

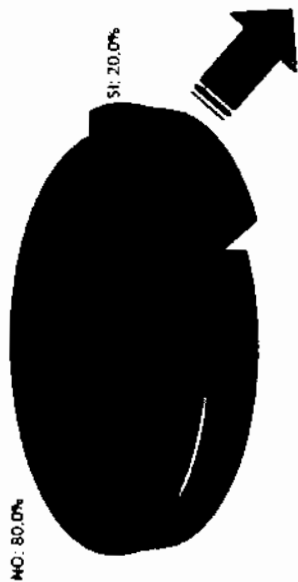
BASE: 13 CASOS





Además de su trabajo en medios de comunicación, ¿Tiene usted otro empleo?

BASE: 50 CASOS



¿A qué se dedica usted?

BASE: 10 CASOS



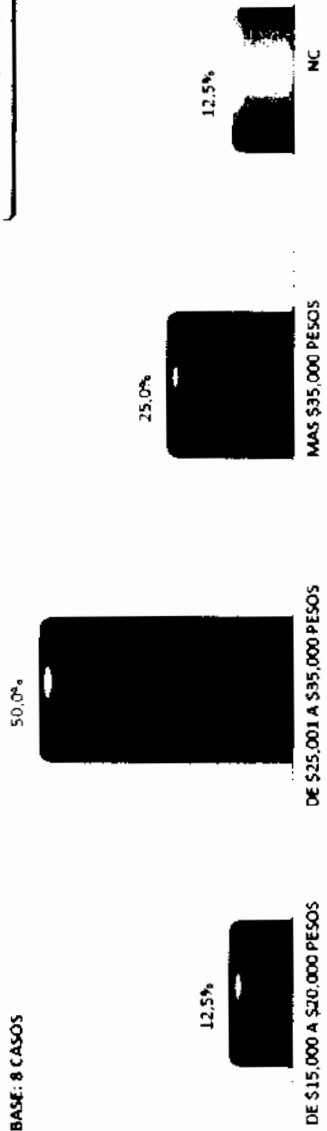


Me puede decir ¿En cuál de los siguientes rangos podría ubicar sus ingresos?

DIRECTORES

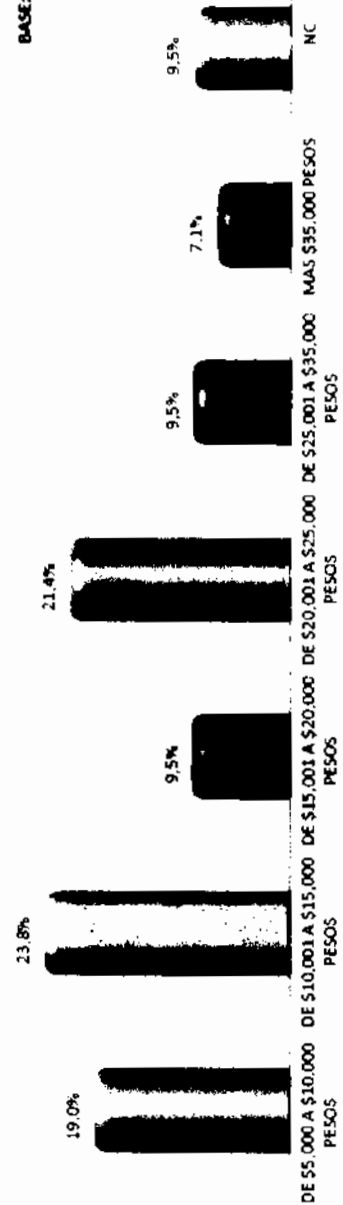
SE MOSTRO TARIJETA

BASE: 8 CASOS



PERIODISTAS

BASE: 42 CASOS





PERCEPCIÓN SOBRE EL PERIODISMO EN MÉXICO





Digame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?

BASE: 50 CASOS

	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO EN PARTE	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO EN PARTE	TOTALMENTE EN DESACUERDO
TOTAL	10,0%	28,0%	40,0%	16,0%	6,0%
En Mexico el periodismo es poco profesional	7,0%	20,0%	30,0%	20,0%	23,0%
TOTAL	10,0%	12,0%	38,0%	30,0%	10,0%
En México las elecciones nunca se hicieron como participativa o consultativa	3,0%	7,0%	20,0%	20,0%	50,0%
TOTAL	8,0%	10,0%	26,0%	44,0%	12,0%
En Mexico el gobierno nunca interviene en los asuntos que tienen que ver con los medios	0,0%	7,0%	20,0%	20,0%	53,0%



Dígame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?

MAGE: 59 CASOS

	DE ACUERDO EN PARTE	DE ACUERDO EN PARTE	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO EN PARTE	TOTALMENTE EN DESACUERDO
TOTAL	4,0%	38,0%	26,0%	16,0%	16,0%
En México los medios informan con veracidad todo lo que pasa					
TOTAL	---	8,0%	32,0%	46,0%	14,0%
En México los periodistas no tienen conciencia de su deber					
TOTAL	32,0%	40,0%	12,0%	12,0%	4,0%
Se puede ser periodista sin estudiar formalmente la carrera profesional de periodismo					



Dígame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?

BASE: 50 CASOS

	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO EN PARTE	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO EN PARTE	TOTALMENTE EN DESACUERDO
TOTAL	18,0%	32,0%	20,0%	24,0%	6,0%
Los periodistas que saben usar las tecnologías ganan más					
TOTAL	4,0%	8,0%	22,0%	54,0%	12,0%
La concentración de medios en México daña el trabajo periodístico					
TOTAL	40,0%	28,0%	18,0%	14,0%	—



Dígame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?

BASE: 50 CASOS	¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?				
	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO EN PARTE	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO EN PARTE	TOTALMENTE EN DESACUERDO
Para emprender un negocio en medios noticiosos necesitan palancas y amigos en el gobierno	12,0%	32,0%	22,0%	24,0%	10,0%
TOTAL	12,0%	32,0%	22,0%	24,0%	10,0%
En México la mayoría de los médicos reciben dinero o apoyos del gobierno	11,0%	31,0%	23,0%	23,0%	9,5%
TOTAL	11,0%	31,0%	23,0%	23,0%	9,5%
En México es mejor el periodismo digital que el impreso	18,0%	30,0%	16,0%	20,0%	16,0%
TOTAL	18,0%	30,0%	16,0%	20,0%	16,0%
En México no hay periodismo independiente	4,0%	10,0%	36,0%	20,0%	30,0%
TOTAL	4,0%	10,0%	36,0%	20,0%	30,0%
En México no hay periodismo independiente	4,0%	11,0%	33,1%	19,0%	29,2%
TOTAL	4,0%	11,0%	33,1%	19,0%	29,2%
En México no hay periodismo independiente	10,0%	20,0%	30,0%	28,0%	12,0%
TOTAL	10,0%	20,0%	30,0%	28,0%	12,0%



PRÁCTICAS PROFESIONALES

Berumen
SOLUCIONES PROFESIONALES



Dígame por favor ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades en su trabajo cotidiano?

DIRECTORES

BASE: 8 CARDS



Contestar e-mails de los clientes						
Gestionar el tiempo del computador y tareas de las redes sociales						
Investigar, evaluar y documentar el comportamiento						
Difundir y promocionar el programa o producto en sitios de internet						
Vender productos						
Reuniones con clientes						
Reuniones con proveedores						



Dígame por favor ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades en su trabajo cotidiano?

DIAS A LA SEMANA PROMEDIO

Entrevistar personalmente a fuentes informativas

4,4

14,3%

Trabajar al lugar de los hechos/ investigar en las calles

4,3

Buscar fuentes informáticas en Internet

Comunicarse telefónicamente con fuentes

Consultar fuentes de información en Internet

Leer prensa escrita

Consultar fuentes de información en Internet

Consultar fuentes de información en Internet

Consultar fuentes de información en Internet

Consultar fuentes de información en Internet

Consultar fuentes de información en Internet

Consultar fuentes de información en Internet

Consultar fuentes de información en Internet

PERIODISTAS

BASE: 41 CASOS





Ahora le voy a leer algunas frases en escala de siempre, casi siempre, casi nunca o nunca.
 En su opinión, en México ¿Qué tan frecuentemente los periodistas...?

BASE: 50 CASOS	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
TOTAL	22,0%	40,0%	24,0%	8,0%	6,0%
Verifican e investigan lo que escriben y publican	22,0%	40,0%	24,0%	8,0%	6,0%
TOTAL	2,0%	8,0%	56,0%	16,0%	18,0%
Son presionados para que escriban o publiquen a favor o en contra de alguien	2,0%	8,0%	56,0%	16,0%	18,0%
TOTAL	28,0%	24,0%	32,0%	12,0%	4,0%
Gozan en sus organizaciones de absoluta libertad de expresion	28,0%	24,0%	32,0%	12,0%	4,0%



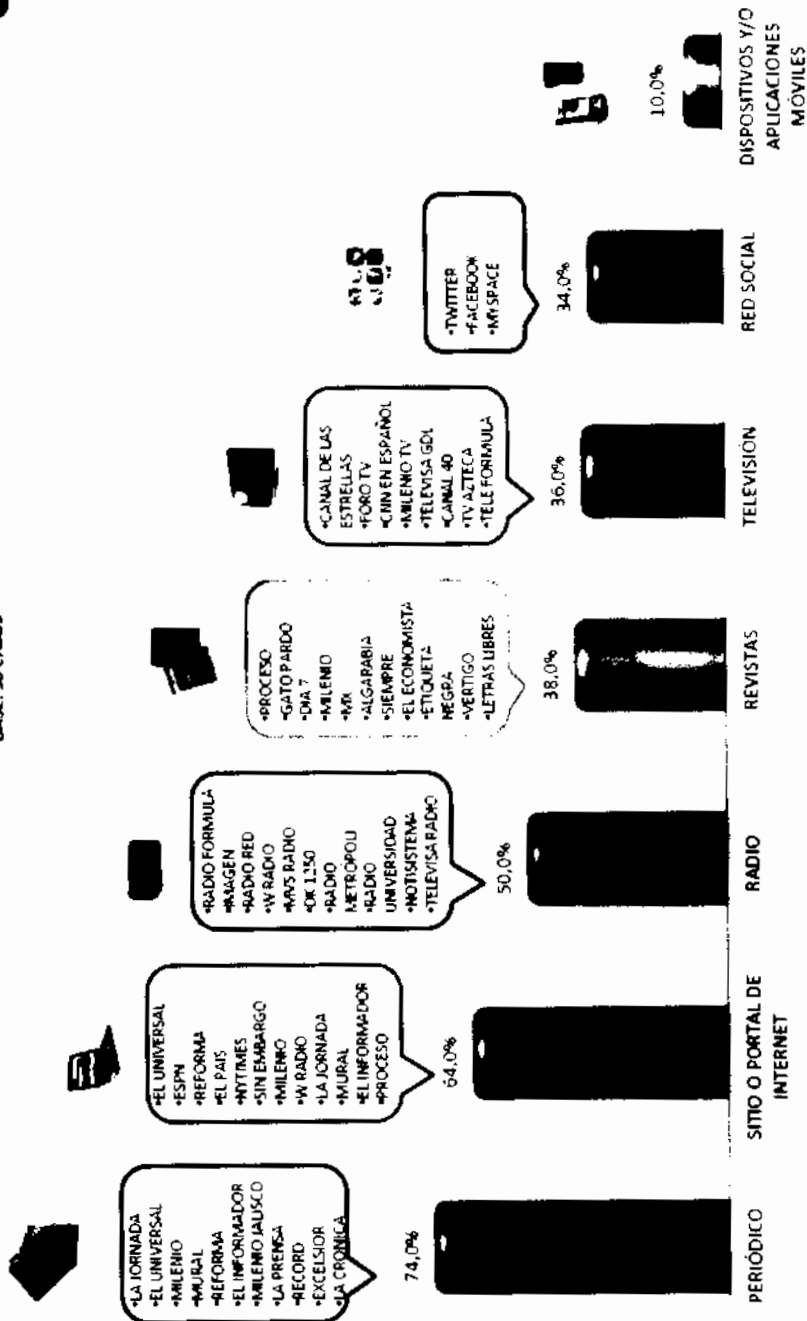
Ahora le voy a leer algunas frases en escala de siempre, casi siempre, casi nunca o nunca.
 En su opinión, en México ¿Qué tan frecuentemente los periodistas...?

BASE: 50 CASOS

	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
Deciden sobre aspectos que pueden afectar su trabajo	20,0%	20,0%	32,0%	14,0%	14,0%
Tienen culpas de éxito en sus organizaciones	46,0%	28,0%	10,0%	10,0%	6,0%
Se conducen en su trabajo cotidiano con ética y profesionalismo	40,0%	30,0%	26,0%	2,0%	2,0%
Conocen las leyes y reglamentos que norman la operación de los medios en México	32,0%	12,0%	28,0%	22,0%	6,0%

¿A través de qué medios prefiere mantenerse informado?

BASE: 50 CASOS

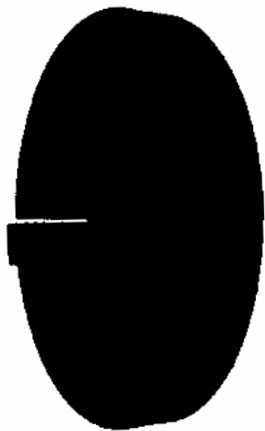




¿Utiliza usted internet?

BASE: 50 CASOS

ND: 4%



SI: 96%



¿Qué tan frecuentemente utiliza el internet?

BASE: 48 CASOS

Índice de Frecuencia

• 6,8

89.6%



8.3%

2.1%

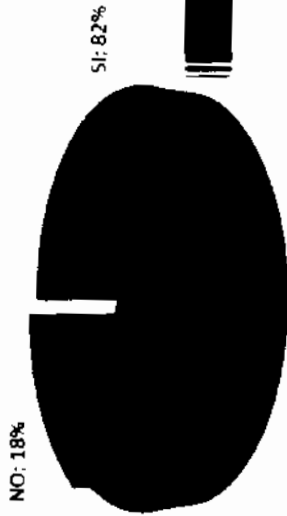
DIARIO

6 DIAS A LA SEMANA

5 DIAS A LA SEMANA

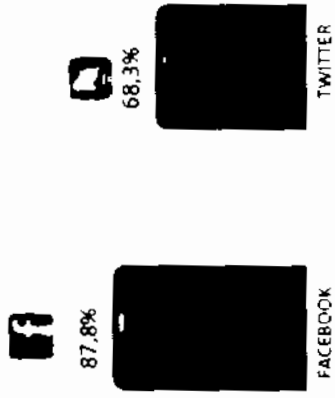
¿Se encuentra usted registrado en alguna red social?

BASE: 50 CASOS



¿En cuál red social?

BASE: 41 CASOS



¿Tiene usted un blog?

BASE: 50 CASOS





HABILIDADES

Berumeni
CENTRO NACIONAL DE CALIDAD 1997



En escala de muy importante, algo importante o nada importante ¿Qué tan importante es para usted que el personal a su cargo domine las siguientes habilidades para desarrollar su trabajo...?

DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

	MUY IMPORTANTE	ALGO IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	NO SABE
Investigar a profundidad	100,0%			
Grabar video	37,5%		62,5%	
Grabar audio	75,0%			
Fundamentar ideas y opiniones	75,0%			
Usar herramientas digitales para investigar y documentar informacion	87,5%			
Escribir e estructurar historias y noticias para la web	87,5%			
Usar programas de computo para editar y producir audios	50,0%			
Usar programas de computo para editar y producir videos	25,0%			
Navegar y difundir informacion de internet	87,5%			
Manejar cuentas en redes sociales	50,0%			
Escribir de manera clara y precisa ideas y/o procedimientos	87,5%			

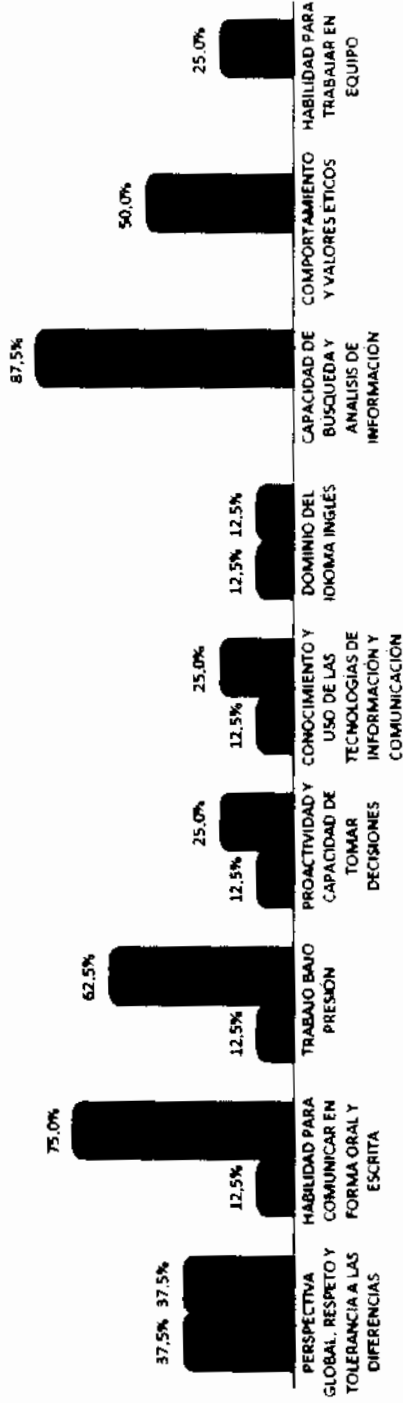


De la siguiente tarjeta que le voy a mostrar, por favor ordene del más importante al menos importante para usted, los siguientes aspectos que debe tener un **egresado universitario** especializado en periodismo para su desempeño profesional.

DIRECTORES
BASE: 8 CASOS

SE MOSTRO TARJETA

● PRIMERA MENCION
● TRES PRIMERAS MENCIONES





En una escala de 1 a 5 en donde 1 es la calificación más baja y 5 la más alta. Dígame por favor como se califica usted en las siguientes habilidades dentro del ejercicio periodístico

PERIODISTAS

BASE: 42 CASOS

Escribir de manera clara y precisa ideas y/o pensamientos	4,4	Comunicarse de forma directa con sus lectores o audiencias	3,8
Fundamentar ideas y opiniones	4,3	Grabar audio	3,7
Usar herramientas digitales para investigar y documentar información	4,2	Usar programas de cómputo para editar y producir audios	3,1
Investigar y producir	4,1	Usar programas de cómputo para editar y producir videos	2,9
Escribir o estructurar historias y noticias para la web	3,9	Desarrollar o emprender su propio medio informativo en línea	2,9
Investigar y producir	3,9	Grabar video	2,9
Manejar cuentas en redes sociales	3,9	Generar recursos con un sitio informativo en línea	2,8



INTERÉS EN PROFESIONALIZACIÓN EN PERIODISMO

DIRECTORES

BASE: 8 CASOS



En una escala de muy importante, algo importante, poco importante o nada importante.
 Dígame ¿Qué tan importante es para su medio que el personal ... ?

DIRECTORES
 BASE: 8 CASOS

Tome cursos especializados en alguna área del periodismo o la comunicación



Que no tenga la licenciatura la curse



Que no tenga la maestría la curse



Que no tenga la carrera o maestría en periodismo curse una nivelación para certificar y acreditar su experiencia profesional en el periodismo



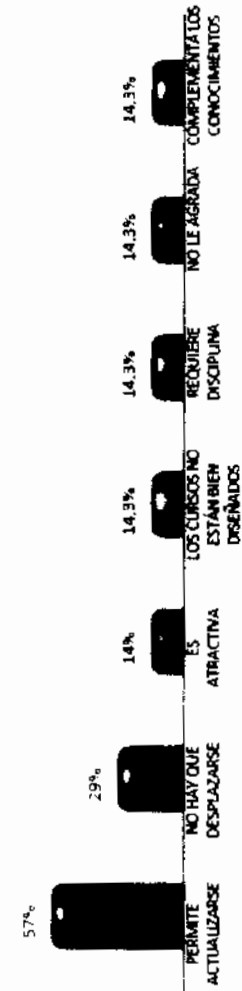
Que no tenga el título profesional en el periodismo



MUY IMPORTANTE ● ALGO IMPORTANTE ● POCO IMPORTANTE ● NADA IMPORTANTE ●

En general, ¿Qué opinión tiene usted de la capacitación en línea?

DIRECTORES BASE: 8 CASOS



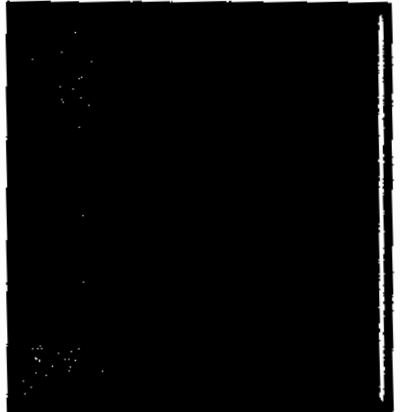
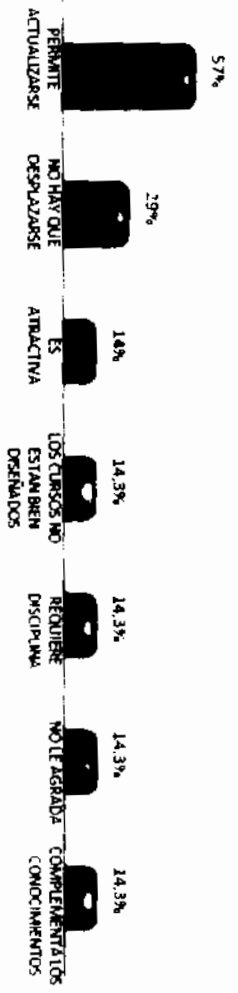
Sin embargo se considera que en ocasiones no se toma como una opción de capacitación debido a:

- Falta de credibilidad en el sistema virtual "no se le ha dado el valor suficiente"
- La percepción de que en la modalidad virtual sólo se adquiere la preparación teórica "la practica en línea no la hay"
- Requiere de dedicación y constancia



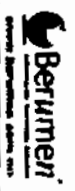
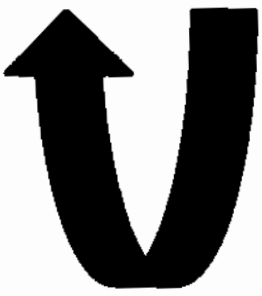
En general, ¿Qué opinión tiene usted de la capacitación en línea?

DIRECTORES
MUE: 8 CASOS



Sin embargo se considera que en ocasiones no se toma como una opción de capacitación debido a:

- ↳ Un diseño inadecuado de los cursos
- ↳ Falta de credibilidad en el sistema virtual "no se le ha dado el valor suficiente"
- ↳ La percepción de que en la modalidad virtual sólo se adquiere la preparación teórica "la practica en línea no la hay"
- ↳ Requiere de dedicación y constancia



En una escala de muy importante, algo importante, poco importante o nada importante. Dígame ¿Qué tan importante es para su medio que el personal ... ?



DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

Que tenga experiencia en el área de...	47
Que no tenga la licenciatura la curse	57
Que no tenga la carrera o maestría en periodismo curse una nivelación para certificar y acreditar su experiencia profesional en el periodismo	57
Que...	57

MUY IMPORTANTE ALGO IMPORTANTE POCO IMPORTANTE NADA IMPORTANTE



INTERÉS EN PROFESIONALIZACION EN PERIODISMO

DIRECTORES

PÁGE: 8 CASOS

En una escala de 1 a 5 en donde 1 es la calificación más baja y 5 la más alta. Dígame por favor como se califica usted en las siguientes habilidades dentro del ejercicio periodístico

PERIODISTAS

BASF: 42 CASOS



Escribir de manera clara y precisa ideas y/o pensamientos	4.4		Comunicarse de forma directa con sus lectores o audiencias	3.8
Usar herramientas digitales para investigar y documentar información	4.3		Usar programas de computo para editar y producir audios	3.7
Escribir o estructurar historias y noticias para la web	4.1		Desarrollar o emprender su propio medio informativo en línea	2.9
Navegar y descargar información de Internet	4.0		Grabar video	2.9
Manejar cuentas en redes sociales	3.9		Generar recursos con un sitio informativo en línea	2.8



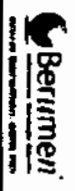
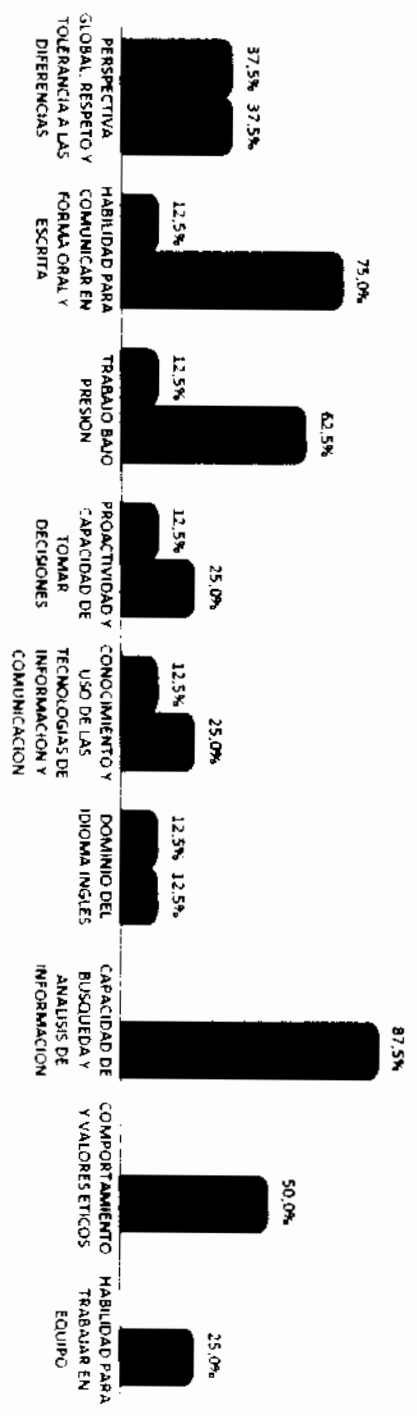
De la siguiente tarjeta que le voy a mostrar, por favor ordene del más importante al menos importante para usted, los siguientes aspectos que debe tener un **egresado universitario especializado** en periodismo para su desempeño profesional.

DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

SE MOSTRO TARJETA

- PRIMERA MENCION
- TRES PRIMERAS MENCIONES



Centro de Investigación y Opinión de Opinión

En escala de muy importante, algo importante o nada importante ¿Qué tan importante es para usted que el personal a su cargo domine las siguientes habilidades para desarrollar su trabajo...?



DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

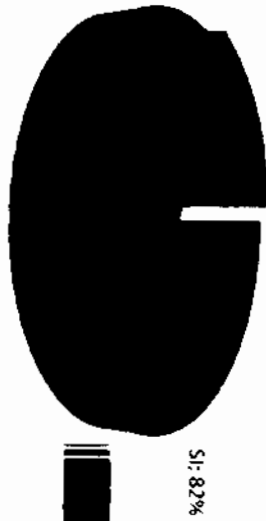
	MUY IMPORTANTE	ALGO IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	NO SABE
Investigar a profundidad	100,0%			
Grabar videos	37,5%			
Grabar audio	75,0%			
Usar herramientas digitales para investigar y documentar informacion	87,5%			
Usar programas de computo para editar y producir audios	50,0%			
Usar programas de computo para editar y producir videos	25,0%			
Navegar y administrar el correo de Internet	87,5%			
Manejar cuentas en redes sociales	50,0%			
Escribir de manera clara y precisa ideas y/o pensamientos	87,5%			



HABILIDADES

¿Se encuentra usted registrado en alguna red social?

BASE: 50 CASOS



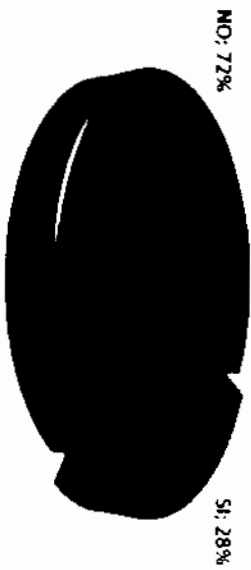
¿En cual red social?

BASE: 41 CASOS



¿Tiene usted un blog?

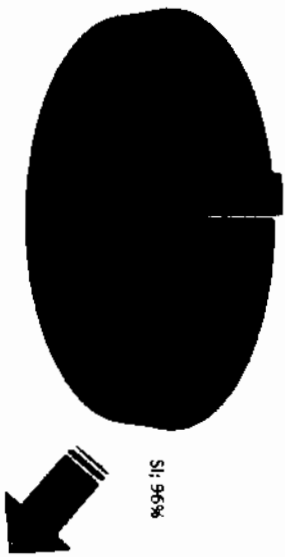
BASE: 50 CASOS



¿Utiliza usted internet?

BASE: 50 CASOS

NO: 4%



¿Qué tan frecuentemente utiliza el internet?

BASE: 48 CASOS

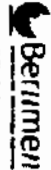
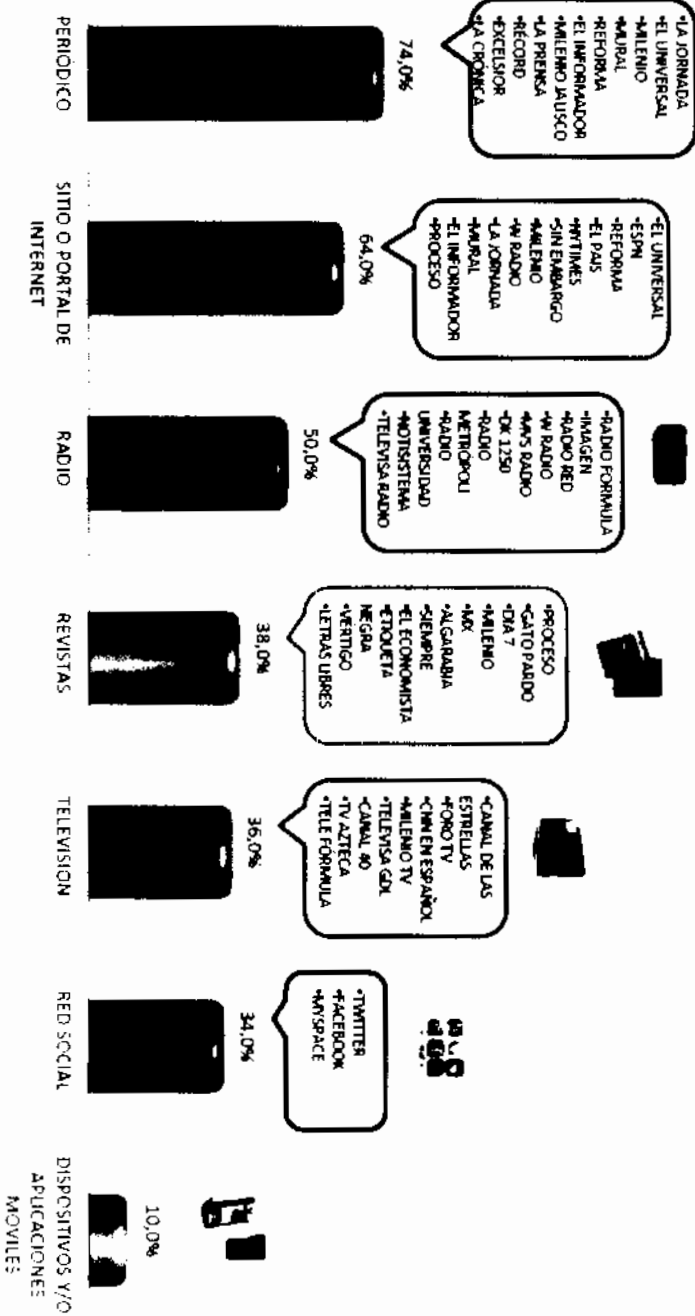
DÍAS PROMEDIO

• 6,8



¿A través de qué medios prefieren mantenerse informados?

BASE: 50 CASOS



www.berlimeri.com.mx

Ahora le voy a leer algunas frases en escala de siempre, casi siempre, casi nunca o nunca. En su opinión, en México ¿Qué tan frecuentemente los periodistas...?



¿Qué tan a menudo?

	SEMPRE	CASI SIEMPRE	AVECES	CASI NUNCA	NUNCA
Deciden sobre aspectos que pueden afectar su trabajo					
TOTAL	20,0%	20,0%	32,0%	14,0%	14,0%
Tienen códigos de ética en sus organizaciones periodísticas					
TOTAL	46,0%	28,0%	10,0%	10,0%	6,0%
Se conducen en su trabajo cotidiano con ética y profesionalismo					
TOTAL	40,0%	30,0%	26,0%	2,0%	2,0%
Conocen las leyes y reglamentos que norman la operación de los medios en México					
TOTAL	32,0%	12,0%	28,0%	22,0%	6,0%



Ahora le voy a leer algunas frases en escala de siempre, casi siempre, casi nunca o nunca. En su opinión, en México ¿Qué tan frecuentemente los periodistas...?

BASE: 59 CASOS

	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
Verifican e investigan lo que escriben y publican	22,0%	40,0%	24,0%	8,0%	6,0%
TOTAL					
Gozan en sus organizaciones de absoluta libertad de expresión	28,0%	24,0%	32,0%	12,0%	4,0%
TOTAL					
PERIODISTAS	28,0%	21,0%	39,9%	14,5%	2,0%

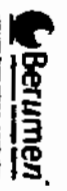
Digame por favor ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades en su trabajo cotidiano?



Elaborar el perfil de un sujeto o el contenido de formularios	4,1	24,0%
Trabaja en la elaboración de reportajes en las cadenas de televisión	4,3	24,0%
Realizar reportajes de prensa en los medios de comunicación	4,0	24,0%
Elaborar el contenido de los programas de radio	4,1	24,0%
Elaborar el contenido de los programas de televisión	4,3	24,0%
Elaborar el contenido de los programas de radio y televisión	5,3	7,5%
Elaborar el contenido de los programas de radio y televisión	5,1	24,0%
Elaborar el contenido de los programas de radio y televisión	5,3	24,0%
Elaborar el contenido de los programas de radio y televisión	5,5	24,0%
Elaborar el contenido de los programas de radio y televisión	4,6	24,0%
Elaborar el contenido de los programas de radio y televisión	4,0	24,0%
Elaborar el contenido de los programas de radio y televisión	4,6	24,0%
Elaborar el contenido de los programas de radio y televisión	4,0	24,0%
Elaborar el contenido de los programas de radio y televisión	4,6	24,0%

PERIODISTAS

BASE: 42 CASOS



Digame por favor ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades en su trabajo cotidiano?



DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

	SIEMPRE	A SUELAS	POCAS VECES	POCISIMAS VECES
Compartir información de negocio con los clientes				
Trabajar con un equipo de trabajo que se responsabiliza por los resultados				
Trabajar con un equipo de trabajo que se responsabiliza por los resultados				
Trabajar con un equipo de trabajo que se responsabiliza por los resultados				
Trabajar con un equipo de trabajo que se responsabiliza por los resultados				
Trabajar con un equipo de trabajo que se responsabiliza por los resultados				
Trabajar con un equipo de trabajo que se responsabiliza por los resultados				
Trabajar con un equipo de trabajo que se responsabiliza por los resultados				
Trabajar con un equipo de trabajo que se responsabiliza por los resultados				



PRACTICAS PROFESIONALES



Dígame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?



BASE: 50 CASOS

	TOTAL	TOTALMENTE DE ACUERDO EN LA PARTE	DE ACUERDO EN PARTE	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO EN PARTE	TOTALMENTE EN DESACUERDO
Para emprender un negocio en medios noticiosos necesitas palancas y amigos en el gobierno	12,0%	32,0%	22,0%	24,0%	10,0%	
En México es mejor el periodismo digital que el impreso	18,0%	30,0%	16,0%	20,0%	16,0%	
En México no hay periodismo independiente	4,0%	10,0%	36,0%	20,0%	30,0%	
En México es mejor el periodismo digital que el impreso	4,0%	21,0%	38,1%	29,0%	28,0%	
En México no hay periodismo independiente	7,1%	29,8%	39,8%	31,0%	4,5%	



Digame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?

BASE: 30 CASOS

	TOTAL	DE ACUERDO EN PARTE	DE ACUERDO EN PARTE	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO EN PARTE	TOTAMENTE EN DESACUERDO
Los periodistas que saben usar las tecnologías ganan más	TOTAL	18,0%	32,0%	20,0%	24,0%	6,0%
	DESACUERDO EN PARTE	—	—	—	—	—
Las monedas de papel en México favorecen el desarrollo profesional del periodista	TOTAL	4,0%	8,0%	22,0%	54,0%	12,0%
	DESACUERDO EN PARTE	—	—	—	—	—
La concentración de medios en México daña el trabajo periodístico	TOTAL	40,0%	28,0%	18,0%	14,0%	—
	DESACUERDO EN PARTE	—	—	—	—	—

Digame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?



PAGE: 50 CASOS

	TOTAL	DE ACUERDO EN PARTE	DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO EN PARTE	TOTALMENTE EN DESACUERDO
En México los medios informan con veracidad todo lo que pasa	4,0%	38,0%	26,0%	16,0%	16,0%
TOTAL	---	8,0%	32,0%	46,0%	14,0%
Se puede ser periodista sin estudiar formalmente la carrera profesional de periodismo	32,0%	40,0%	12,0%	12,0%	4,0%
TOTAL	31,0%	50,1%	14,5%	11,9%	4,5%
PERIODISTAS					

Dígame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?



BASE: 50 CASOS

	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO EN PARTE	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO EN PARTE	TOTALMENTE EN DESACUERDO
En Mexico el periodismo es poco profesional					
TOTAL	10,0%	28,0%	40,0%	16,0%	6,0%
PERIODISTAS	7,1%	28,6%	47,6%	9,5%	7,1%
En México es fácil encontrar trabajo como periodista o comunicador					
TOTAL	10,0%	12,0%	38,0%	30,0%	10,0%
PERIODISTAS	4,3%	7,9%	48,3%	21,6%	7,1%
En Mexico el gobierno nunca interviene en los asuntos que tienen que ver con los medios					
TOTAL	8,0%	10,0%	26,0%	44,0%	12,0%
PERIODISTAS	4,3%	7,1%	48,3%	21,6%	4,3%



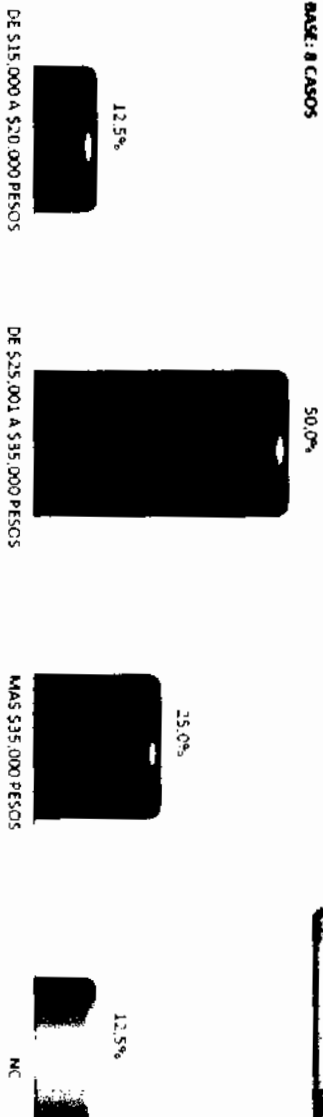
PERCEPCIÓN SOBRE EL PERIODISMO EN MÉXICO

 **Berlmer**
ANÁLISIS DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Me puede decir ¿En cuál de los siguientes rangos podría ubicar sus ingresos?

DIRECTORES

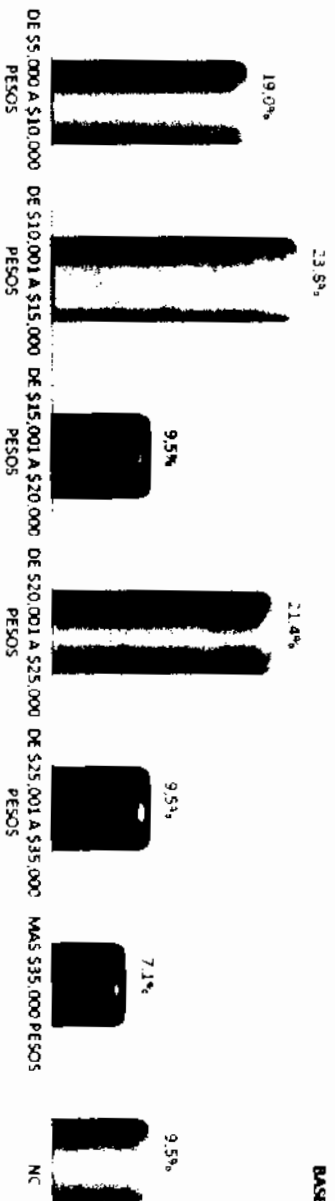
BASE: 8 CASOS



SE MOSTRÓ TARJETA

PERIODISTAS

BASE: 42 CASOS



Prueba de Segmentación - CASOS 1978

Además de su trabajo en medios de comunicación, ¿Tiene usted otro empleo?



BASE: 50 CASOS

NO: 80,0%



SI: 20,0%

¿A qué se dedica usted?

BASE: 10 CASOS



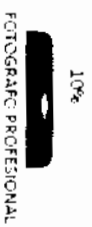
70%

PROFESOR



10%

DISEÑADOR



10%

FOTOGRAFÓ PROFESIONAL



10%

NEGOCIO PROPIO



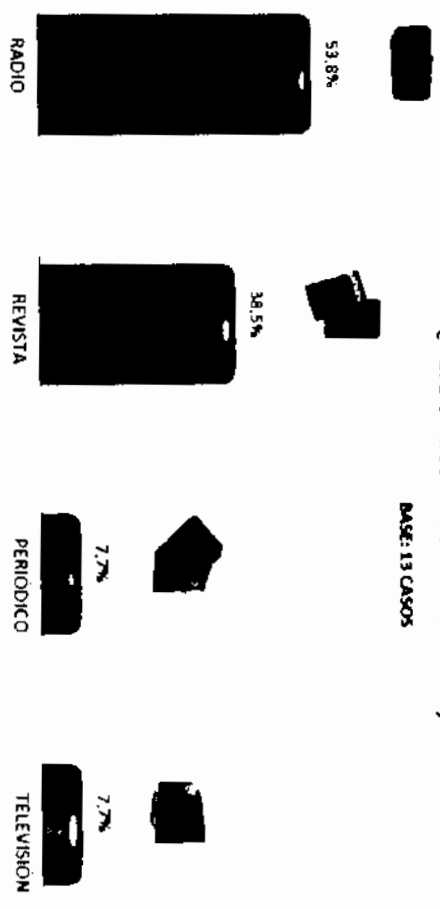
¿Trabaja usted para otros medios de comunicación?

BASE: 59 CASOS



¿Para cuáles otros medios trabaja?

BASE: 13 CASOS





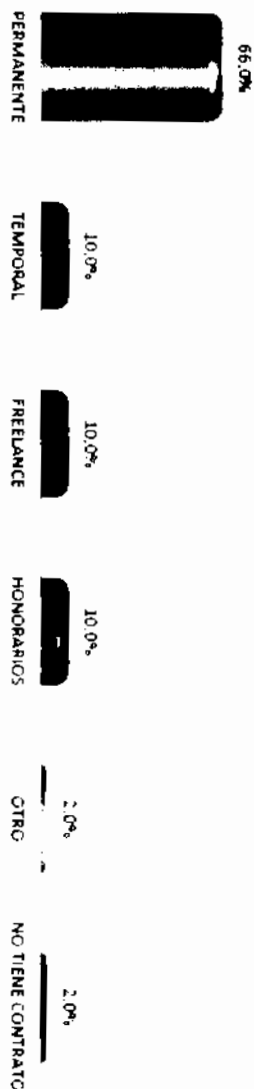
BASE: 50 CASOS

¿Cuánto tiempo tiene usted
trabajando para este medio
informativo?

PUESTO		AÑOS PROMEDIO	HORAS PROMEDIO
MEDIO			
AGENCIAS DE NOTICIAS/ AREAS DE PRENSA		6,5	38,9

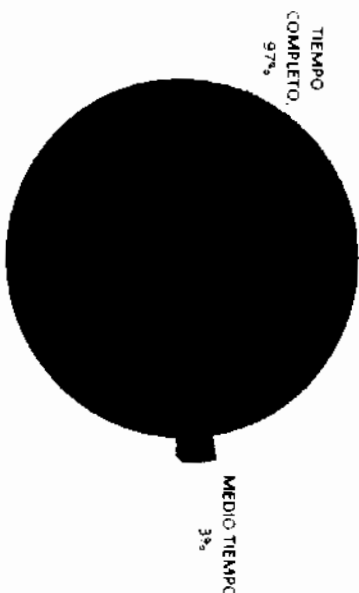
¿Qué tipo de contrato tiene usted?

BASE: 50 CASOS

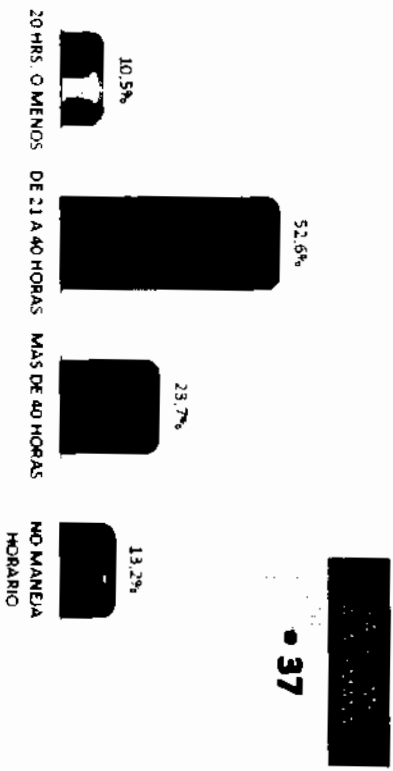


66% DE ENTREVISTADOS CON CONTRATO PERMANENTE

¿Trabaja tiempo completo o medio tiempo?



¿Cuántas horas a la semana le pide cubrir su contrato?



Asesoría Empresarial Clínica S. de RL

DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

Podría decirme ¿Cuál es su puesto en este medio informativo?

¿Cuántas personas tiene a su cargo?



• 26

PERIODISTAS

BASE: 42 CASOS

Podría decirme ¿Cuál es su puesto en este medio informativo?

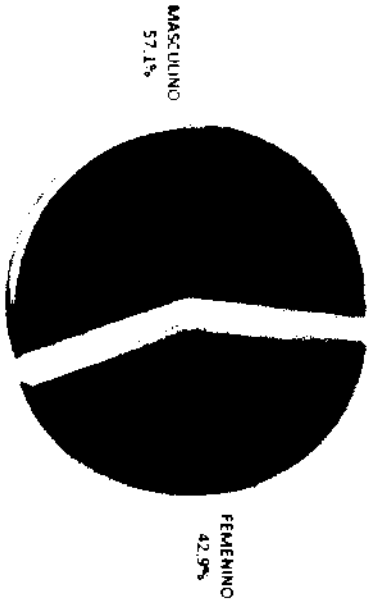


www.berimej.com

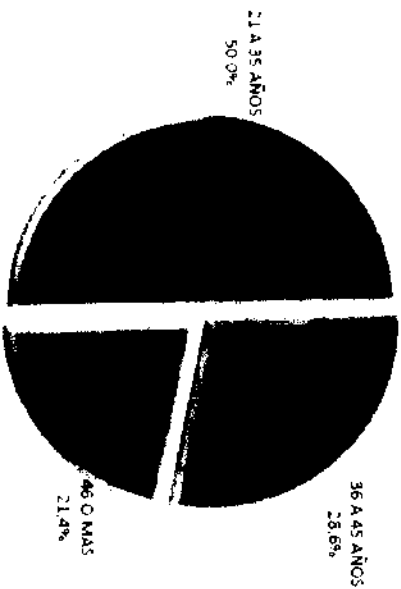
PERIODISTAS

BASE: 42 CASOS

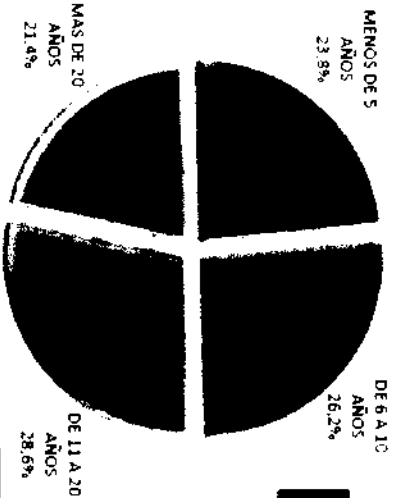
SEXO



EDAD

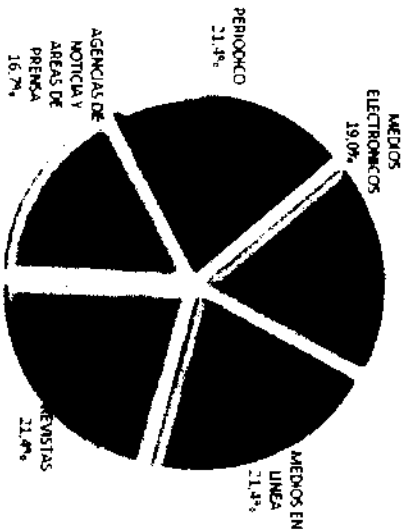


TIEMPO DE TRABAJAR EN EL PERIODISMO



• 12.9 AÑOS DE EXPERIENCIA

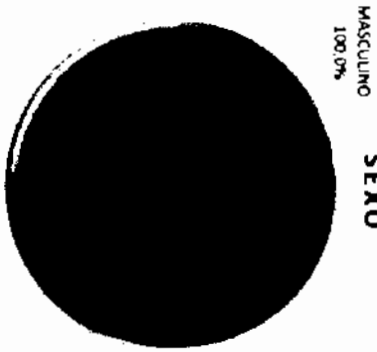
MEDIO EN EL QUE TRABAJA



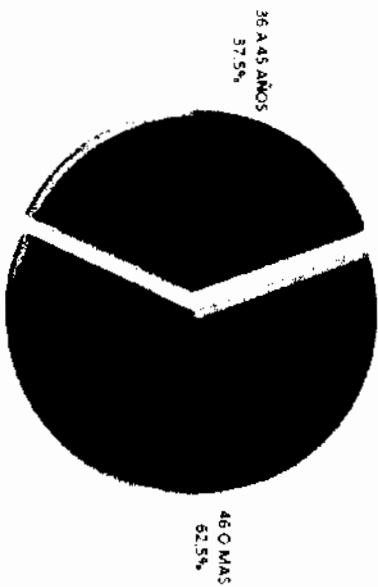
DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

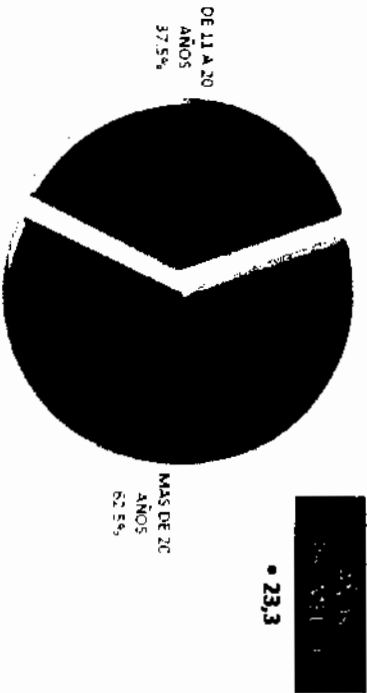
SEXO



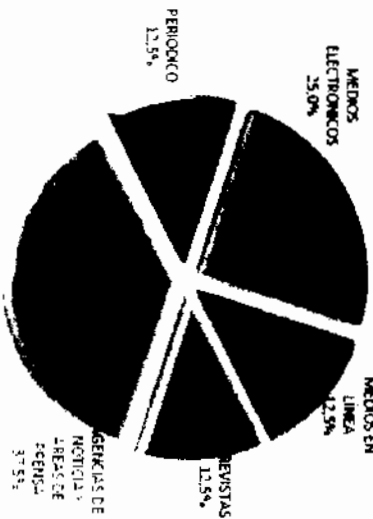
EDAD



TIEMPO DE TRABAJAR EN EL PERIODISMO



MEDIO EN EL QUE TRABAJA



• 23,3



PERFIL DE LOS INFORMANTES

METODOLOGÍA



Tipo de medios	Nombre del medio	Entrevistas	
		Directores	Periodistas
Medios en línea o portales digitales	SinEmbargo	1	4
	El Respetable		2
	Alerta Periodística		2
	Eje Central		1
	Notimex	1	3
	Apuro		1
	Comunicación Social del Ayuntamiento de Zapopan	1	1
	Dirección de Comunicación Social del Gobierno de Jalisco	1	1
	Coordinación de medios del Comité Directivo estatal del PAN Jalisco		1
		3	22

Fecha de levantamiento. Del 5 de julio al 2 de Agosto de 2011.

METODOLOGÍA

Tamaño de la muestra. 50 entrevistas (30 en la ciudad de México y 20 en Guadalajara).

Se consideraron 2 segmentos: Directores (con personal a cargo) 8 entrevistas y Periodistas, en este se incluyeron reporteros, correctores, editores, fotógrafos, etc. (sin personal a cargo).

Tipo de medios	Nombre del medio	Entrevistas	
		Directores	Periodistas
Periódicos con circulación mayor a 15 mil ejemplares.	El Universal	1	1
	Excelsior	2	2
	La Prensa	1	1
	La Jornada	1	1
	Milenio Jalisco	1	1
	El Informador	1	1
	Ovaciones	2	2
	Siempre	2	2
	Proceso México	1	3
	Contralinea	2	2
Revistas de información general o noticiosa con influencia y alcance nacional o regional.	Proceso Jalisco	2	2
	Once TV México	2	2
	Televisa	2	2
Medios electrónicos (Radio y Televisión) con noticiarios de influencia regional y nacional.	TV Atteca	2	2
	Promomedios Radio	1	1
	Radio U de G	1	1
	Notisistema	1	1



METODOLOGÍA



Población Objetivo: Periodistas, reporteros, editores, redactores, columnistas, diseñadores, correctores, fotógrafos, directivos de medios y columnistas en las ciudades de Guadalajara y México.

Diseño de la Muestra: Se definieron cuotas para los siguientes medios de comunicación:

Tipo de medio	Entrevistas
Periodicos con circulación mayor a 15 mil ejemplares.	10
Revistas de información general o noticiosa con influencia y alcance nacional o regional.	10
Medios electronicos (Radio y Television) con noticiarios de influencia regional y nacional.	10
Medios en linea o portales digitales con énfasis en lo noticioso.	10
Agencias de noticias y áreas de prensa de organizaciones públicas y privadas.	10


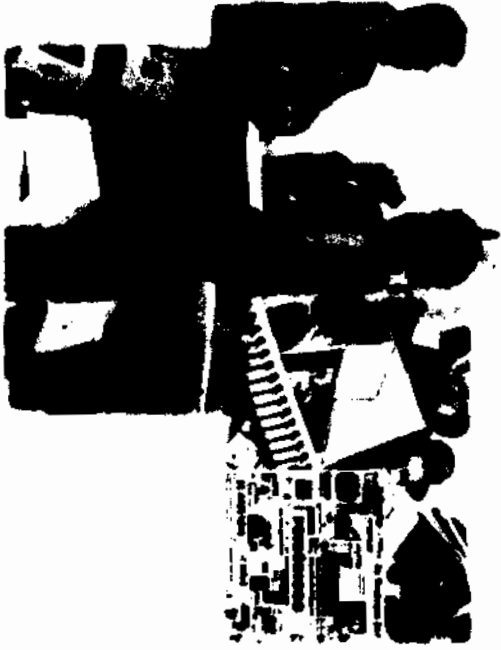
Metodología de recolección de datos. Entrevistas personales “cara a cara” mediante concertación de citas con los informantes.



OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO:

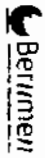
Recabar las percepciones de periodistas y comunicadores sobre las prácticas profesionales del periodismo y conocer las tendencias sobre el quehacer periodístico en México.

ANEXO 1. ESTUDIO DE PERTINENCIA



**ESTUDIO DE PERTINENCIA Y
FACTIBILIDAD PARA PERIODISMO**

AGOSTO 2011

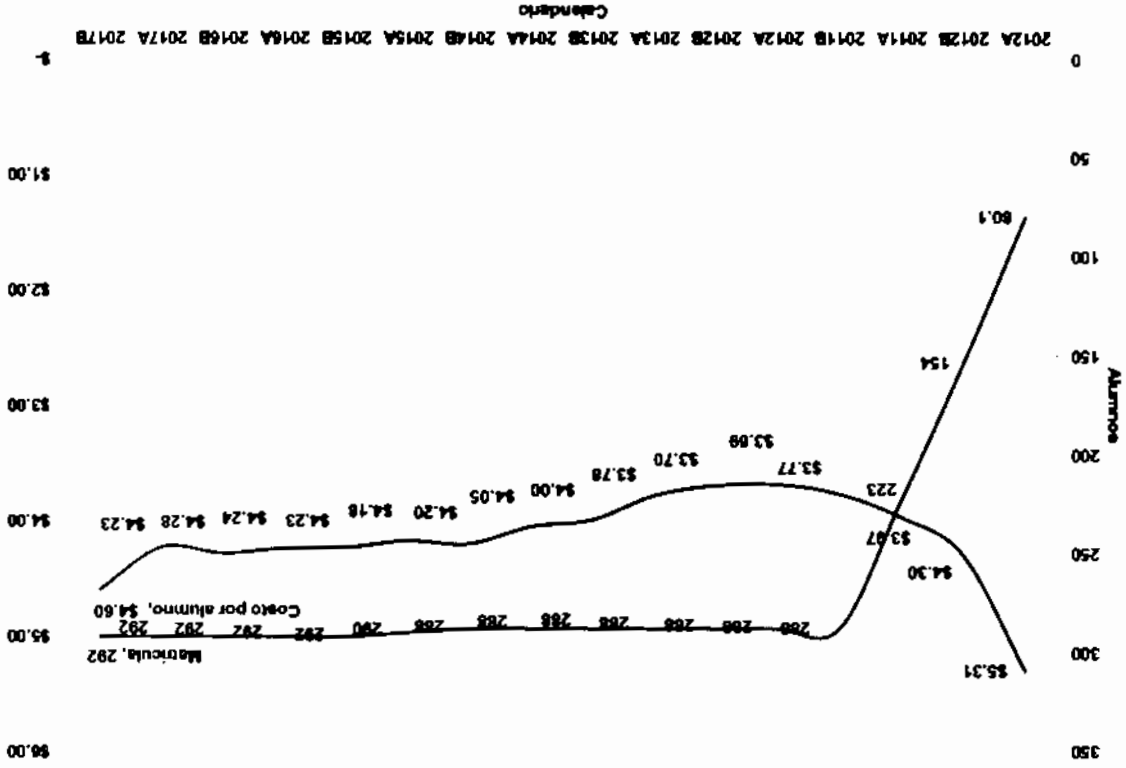


Bertinieri

ANEXOS

Calendario Escolar	Gastos de inversión y operación	Recursos Humanos	Costo Total (a)	Ingreso (b)	b-a	Costo por alumno
2012A	\$ 10,000.00	\$ 414,973.57	\$ 424,973.57	\$ 406,083.69	\$ -18,889.88	\$ 5,305.54
2012B	\$ 49,000.00	\$ 613,390.09	\$ 662,390.09	\$ 673,667.13	\$ 11,277.04	\$ 4,301.23
2011A	\$ 90,000.00	\$ 796,400.86	\$ 886,400.86	\$ 907,545.67	\$ 21,144.81	\$ 3,974.89
2011B	\$ 114,000.00	\$ 972,258.47	\$ 1,086,258.47	\$ 1,161,459.00	\$ 75,200.53	\$ 3,771.73
2012A	\$ 90,000.00	\$ 972,258.47	\$ 1,062,258.47	\$ 1,161,459.00	\$ 99,200.53	\$ 3,688.40
2012B	\$ 49,000.00	\$ 1,016,010.11	\$ 1,065,010.11	\$ 1,197,196.20	\$ 132,186.09	\$ 3,697.95
2013A	\$ 74,000.00	\$ 1,016,010.11	\$ 1,090,010.11	\$ 1,197,196.20	\$ 107,186.09	\$ 3,784.76
2013B	\$ 89,000.00	\$ 1,061,730.56	\$ 1,150,730.56	\$ 1,232,933.40	\$ 82,202.84	\$ 3,995.59
2014A	\$ 106,000.00	\$ 1,061,730.56	\$ 1,167,730.56	\$ 1,232,933.40	\$ 65,202.84	\$ 4,054.62
2014B	\$ 101,000.00	\$ 1,109,508.44	\$ 1,210,508.44	\$ 1,268,670.60	\$ 58,162.16	\$ 4,203.15
2015A	\$ 102,000.00	\$ 1,109,508.44	\$ 1,211,508.44	\$ 1,276,296.00	\$ 64,787.56	\$ 4,177.62
2015B	\$ 77,000.00	\$ 1,159,436.32	\$ 1,236,436.32	\$ 1,320,088.20	\$ 83,651.88	\$ 4,234.37
2016A	\$ 79,000.00	\$ 1,159,436.32	\$ 1,238,436.32	\$ 1,320,088.20	\$ 81,651.88	\$ 4,241.22
2016B	\$ 39,500.00	\$ 1,211,610.95	\$ 1,251,110.95	\$ 1,374,338.40	\$ 123,227.45	\$ 4,284.63
2017A	\$ 24,500.00	\$ 1,211,610.95	\$ 1,236,110.95	\$ 1,374,338.40	\$ 138,227.45	\$ 4,233.26
2017B	\$ 76,000.00	\$ 1,266,133.44	\$ 1,342,133.44	\$ 1,428,588.60	\$ 86,455.16	\$ 4,596.35

Costo total y por alumno



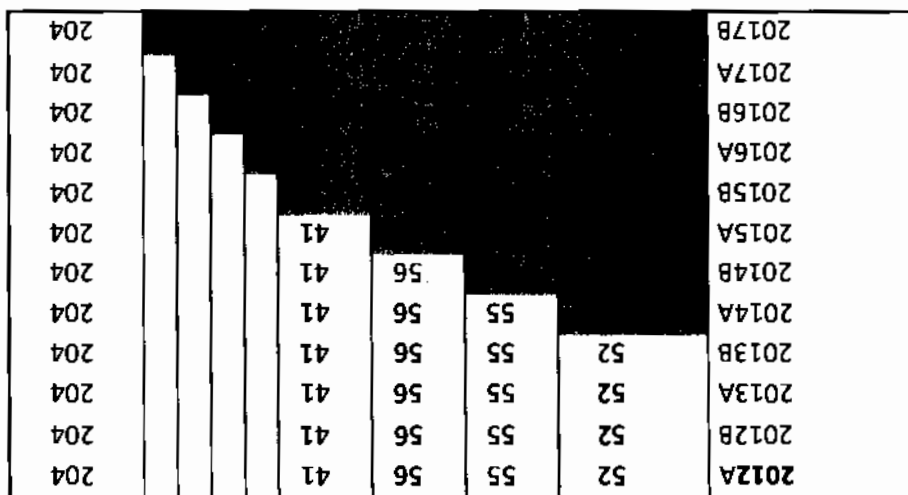
Calendario	Costo por alumno (\$)	Alumno (\$)	Costo total (\$)
2012A	4.60	5.31	10,000.00
2012B	4.60	10.00	14,000.00
2013A	4.60	16,000.00	15,000.00
2013B	4.60	13,000.00	20,000.00
2014A	4.60	14,000.00	28,000.00
2014B	4.60	28,000.00	28,000.00
2015A	4.60	43,000.00	28,000.00
2015B	4.60	48,000.00	20,000.00
2016A	4.60	61,000.00	29,000.00
2016B	4.60	46,000.00	16,000.00
2017A	4.60	21,000.00	12,000.00
2017B	4.60	62,000.00	16,000.00

Calendario	Equipo de cómputo y	Mantenimiento de	Acervos	Gastos de	Total
------------	---------------------	------------------	---------	-----------	-------

Gastos de inversión y de operación

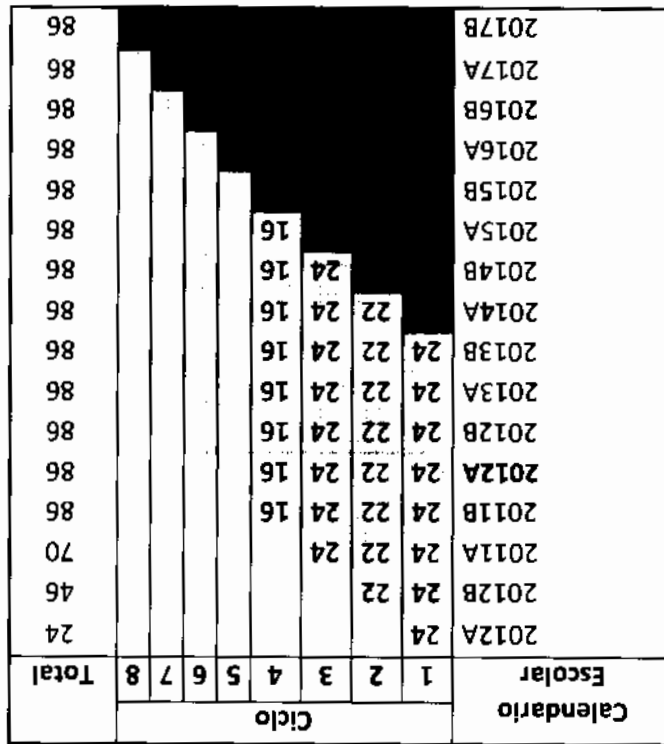
Calendario Escolar	Costo por asignaturas	Coordinador de Carrera	Asistente de coordinador	Total
2012A	\$ 161,576.12	\$ 171,700.75	\$ 81,696.70	\$ 414,973.57
2012B	\$ 348,589.76	\$ 179,427.28	\$ 85,373.05	\$ 613,390.09
2011A	\$ 531,600.52	\$ 179,427.28	\$ 85,373.05	\$ 796,400.86
2011B	\$ 695,542.12	\$ 187,501.51	\$ 89,214.84	\$ 972,258.47
2012A	\$ 695,542.12	\$ 187,501.51	\$ 89,214.84	\$ 972,258.47
2012B	\$ 726,841.52	\$ 195,939.08	\$ 93,229.51	\$ 1,016,010.11
2013A	\$ 726,841.52	\$ 195,939.08	\$ 93,229.51	\$ 1,016,010.11
2013B	\$ 759,549.39	\$ 204,756.34	\$ 97,424.83	\$ 1,061,730.56
2014A	\$ 759,549.39	\$ 204,756.34	\$ 97,424.83	\$ 1,061,730.56
2014B	\$ 793,729.11	\$ 213,970.37	\$ 101,808.95	\$ 1,109,508.44
2015A	\$ 793,729.11	\$ 213,970.37	\$ 101,808.95	\$ 1,109,508.44
2015B	\$ 829,446.92	\$ 223,599.04	\$ 106,390.35	\$ 1,159,436.32
2016A	\$ 829,446.92	\$ 223,599.04	\$ 106,390.35	\$ 1,159,436.32
2016B	\$ 866,772.03	\$ 233,661.00	\$ 111,177.92	\$ 1,211,610.95
2017A	\$ 866,772.03	\$ 233,661.00	\$ 111,177.92	\$ 1,211,610.95
2017B	\$ 905,776.77	\$ 244,175.74	\$ 116,180.93	\$ 1,266,133.44

Costo en Recursos Humanos



Ciclo	Escolar							
	1	2	3	4	5	6	7	8
2012A	52	55	56	41				
2012B	52	55	56					
2011A	52	55	56					
2011B	52	55	56					
Total	204	163	107	52				

Horas por semana

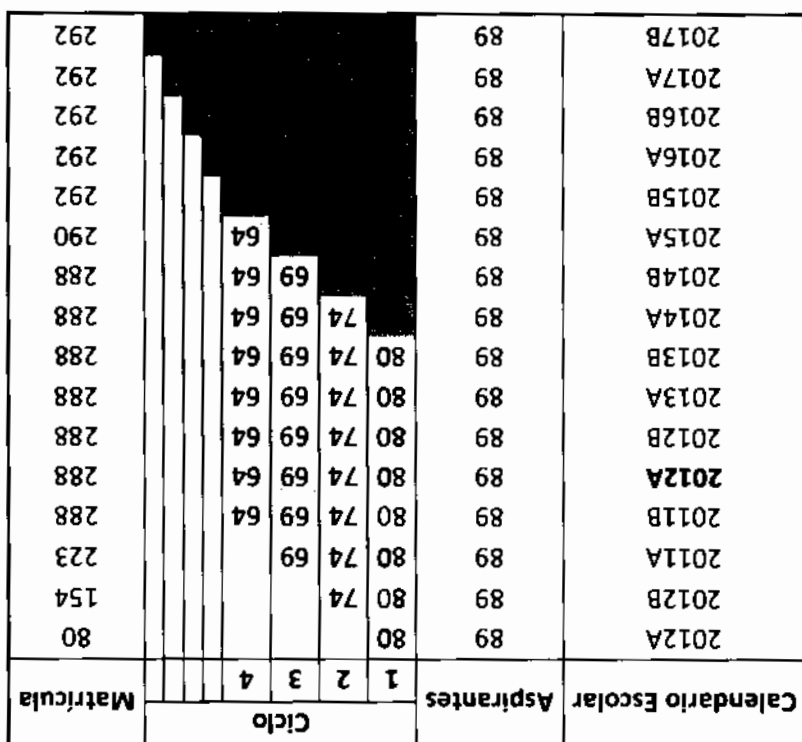


Secciones por ciclo

Total		Total	
2013B	89	288	\$ 1,067,126.40
2014A	89	288	\$ 1,067,126.40
2014B	89	288	\$ 1,098,057.60
2015A	89	290	\$ 1,105,683.00
2015B	89	292	\$ 1,144,669.20
2016A	89	292	\$ 1,144,669.20
2016B	89	292	\$ 1,191,710.40
2017A	89	292	\$ 1,191,710.40
2017B	89	292	\$ 1,238,751.60
Total	80	288	\$ 18,532,882.09

Calendario Escolar	Solicitantes	Admitidos	Alumnos	Ingreso	
				Selección	Matrícula
2012A	89	80	80	\$ 145,549.71	\$ 260,533.98
2012B	89	80	154	\$ 151,677.36	\$ 521,989.77
2011A	89	80	223	\$ 151,677.36	\$ 755,868.31
2011B	89	80	288	\$ 156,195.00	\$ 1,005,264.00
2012A	89	80	288	\$ 156,195.00	\$ 1,005,264.00
2012B	89	80	288	\$ 161,001.00	\$ 1,036,195.20
2013A	89	80	288	\$ 161,001.00	\$ 1,036,195.20
Total					

Estimación de ingresos por proceso de selección y matrícula



Proyección de matrícula por ciclo y calendario escolar

No se requiere de la creación de una dependencia más para la implantación del programa, dado que ésta se hará dentro de la Coordinación de Programas de la Dirección Académica del SUV. Se presenta enseguida el estudio financiero del programa.

Además, se buscará que el programa sea apoyado a través de fondos para actividades específicas del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI) y se espera que en un futuro, cuando el programa esté en operación, el Programa Nacional de Becas Estudiantiles (PRONABES) apoye con becas a los estudiantes que así lo requieran.

Los aspirantes a ingresar a la **Licenciatura en Periodismo Digital** pagarán el equivalente a 19.84 días de salarios mínimos diarios vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara por el proceso de admisión. Una vez dictaminados como admitidos en el programa, en cada ciclo escolar los alumnos aportarán el equivalente a 26.72 salarios mínimos diarios vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara. En el caso de los estudiantes extranjeros se incrementarán los costos en un 10% de los montos establecidos.

Con esta aportación económica se pretende hacer frente a los costos directos e indirectos de la operación académica, del soporte técnico que se brinda a asesores, alumnos, trabajadores, y también aquellos generados por las labores de apoyo administrativo y de gestión. Sin embargo, habrá un flujo de recursos económicos provenientes de las cuotas y aranceles cubiertos por los alumnos que ayudarán a saldar algunos de los gastos que han de enfrentarse con la operación del programa.

Los recursos económicos y financieros que serán utilizados por la licenciatura para cubrir sus gastos operativos provendrán del presupuesto ordinario que le será asignado como programa educativo del Sistema de Educación Virtual de nuestra institución.

6.3 Recursos financieros

- Un centro de ayuda que proporciona servicios permanentes de asesoría académica, tecnológica y administrativa en línea

- La infraestructura que permitirá atender a académicos, alumnos y administrativos del programa de maestría se compone de:
- 5 servidores DELL con 2 procesadores Xeon a 2.6 Ghz y 2 Gb de memoria RAM cada uno, que permiten distribuir las operaciones que se realizan en la plataforma y accesos a bases de datos.
 - 1 servidor HP con 2 procesadores P3 a 700 Mhz y 2 Gb de RAM.
 - Una red de datos que conecta a los servidores a 100 Mbps y que permite que éstos sean accedidos desde Internet a través de un enlace de 43 Mbps y desde Internet2 a 34 Mbps.
- En cuanto al software utilizado para conformar la plataforma, se utiliza software libre, dada la robustez y seguridad que lo caracteriza y además debido a que un gran número de universidades, empresas y ciudades enteras están cada vez más convencidos de que el software libre proporciona libertad y flexibilidad para desarrollar y adecuar sistemas según las necesidades que se tengan; por eso actualmente se utiliza Linux, como sistema operativo en los servidores, lo que nos permite una gran flexibilidad y seguridad para soportar los desarrollos. PHP y Java como lenguajes de programación para los desarrollos. Mysql y PostgreSQL como bases de datos, dado que son muy confiables y se adaptan perfectamente a las necesidades, debido a su gran cantidad de interfaces de programación para los lenguajes que se utilizan.
- Todos estos elementos de hardware y software no serían nada sin el gran grupo de trabajo que realiza la programación de los sistemas y la administración de los servidores. Por lo que se cuenta con:
- Un equipo de desarrollo
 - Un grupo de diseñadores gráficos, que se encargan de dar la imagen y presentación a nuestra plataforma
 - Personal de soporte técnico que atiende las peticiones de alumnos, profesores y administrativos en cuestiones técnicas

La infraestructura tecnológica es una de las piezas clave en el éxito de los sistemas de enseñanza en línea, dado que su finalidad es lograr dar respuesta a todas las operaciones que realizan académicos, alumnos y administrativos a través de las múltiples conexiones a las plataformas de enseñanza en línea, de forma eficiente y sin problemas. Por ello se debe contar con todos los suministros necesarios que permitan garantizar que se lograrán los objetivos del programa de **Licenciatura en Periodismo Digital**.

Por este motivo, el Sistema de Universidad Virtual cuenta con elementos que en conjunto forman una infraestructura tecnológica confiable y que conforman varias plataformas de enseñanza en línea.

6.2 Infraestructura tecnológica

Universidad Virtual	Educación con especialidad en Metodología de la Educación		Richard Varela
Sistema de Universidad Virtual	Maestría en Comunicación	PTC Asociado B	Rodrigo González Reyes
Centro Universitario de la Ciénega	Maestría en Comunicación	PTC Asociado A	Rosalía Orozco Murillo
Sistema de Universidad Virtual	Doctorado en Ciencias Sociales	PTC Titular A	Tonatiuh Lay
Sistema de Universidad Virtual	Maestría en Comunicación	PTC Asistente A	Luis Fernando Ramírez Anaya

Las características más destacadas que debe poseer un docente, además de las anteriores, para la generación de comunidades de aprendizaje, son las que siguen:¹²

Conciencia social para percibir y comprometerse con las necesidades colectivas y para ser capaz de considerar las necesidades de saber, de aprendizaje y de expresión de los diversos grupos sociales, y los modos como se difunde y socializa el conocimiento, es decir, cómo llega a todos sus niveles, elementos, clases y estructuras.

Anticipación, que implica la prospectiva y prevención de las nuevas situaciones, y que capacita al educando para enfrentar lo incierto.

Flexibilidad y apertura frente a los conocimientos, que se transforman permanentemente.

Democracia para alentar los procesos de aprendizajes participativos y significativos que impactarán en la calidad de vida de personas y grupos.

Es también importante la actitud de aprendizaje continuo por parte del docente, que le conducirá a estar actualizado en su disciplina y en el modelo educativo del SUV.

Planta académica

Se cuenta con cinco **Profesores de Tiempo Completo (PTC)**, que son expertos disciplinarios en el campo de la comunicación y el periodismo, y que tienen experiencia en la enseñanza a modalidad a distancia:

Nombre completo	Nombramiento	Nombre del último grado académico	Sistema de
Rosa Elena	PTC Titular A	Maestría en	

¹² Universidad de Guadalajara, "Modelo educativo. Propuesta para la creación del Sistema Virtual de la Universidad de Guadalajara", noviembre de 2004, p. 30.

por escrito. Asimismo, modera hábilmente la comunicación sincrónica y asincrónica que se genera en los medios virtuales de comunicación.

Con base en la conceptualización expuesta, de manera más puntual, se considera que para ser asesor de licenciatura en el Sistema de Universidad Virtual la persona debe tener el siguiente perfil:

- Tener como mínimo grado académico de licenciatura, pero se desea o espera que tenga un grado de maestría.
- Tener experiencia docente.
- Tener experiencia en la modalidad educativa a distancia.
- Su estilo docente debe estar centrado en el aprendizaje, es decir, debe tener claro su rol de asesor, motivador, comunicador, guía, facilitador y tutor. Tener como objetivo que los alumnos logren los aprendizajes cognitivos, procedimentales y actitudinales esperados.
- Estar familiarizado y sentirse cómodo con el manejo de las nuevas tecnologías de la informática y la comunicación.
- Expresarse correctamente de forma oral y escrita.
- Conocer y aplicar el modelo académico del SUV.
- Tener experiencia en el campo de la investigación que le permita dirigir tesis y proyectos terminales.
- Tener habilidades de moderador.
- Contar con acceso a Internet.
- Tener disponibilidad para trabajar en las academias y en comisiones diversas del SUV y para capacitarse cuando así se requiera.
- Obtener consistentemente resultados satisfactorios en las evaluaciones de desempeño docente realizadas en el SUV.

Tiene la experiencia en su campo de competencia, suficiente para guiar y hacer aportaciones significativas a sus alumnos en el proceso de aprendizaje. Además se comunica respetuosa, abierta y correctamente con sus alumnos, tanto oralmente como

El docente del SUV, convencido de que el conocimiento no es un material inerte que se puede transmitir, sino un proceso-producto cambiante, facilita la formación de comunidades de aprendizaje y trabaja con sus colegas de manera colegiada. con el contexto.

Conoce las teorías y metodologías educativas y aplica los aspectos pertinentes de acuerdo sobre su propia práctica, revisando sus formas de trabajar y de relacionarse con los otros. Además, el profesor participante del programa reflexiona de manera crítica y propositiva por las nuevas tecnologías, en el marco de entornos virtuales.

Para el Sistema de Universidad Virtual el docente es un facilitador del proceso de verdadera comunicación educativa los procesos de información y comunicación mediados aprendizaje, que centra su atención en la persona que aprende y que transforma en

6.1 Planta académica y perfil de los profesores

6. RECURSOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA

La instancia del SUV encargada del programa de evaluación descrita será la Coordinación de Evaluación. Se conformará un cuerpo colegiado, co-responsable de los procesos de evaluación de la Licenciatura en Periodismo Digital, que se integrará con el coordinador de la carrera, algunos profesores de tiempo completo del SUV con formación y experiencia en el campo de la comunicación y profesores de asignatura con reconocida trayectoria en el periodismo y la comunicación.

La evaluación externa involucra una evaluación de pares a mediano plazo.

Respecto a lo administrativo, las variables a evaluar son las que se señalan enseguida, que deberán analizarse en vinculación estrecha con los procesos educativos que respaldan:

- Procesos de tramitación
- Atención a usuarios
- Promoción de oferta educativa
- Registro y control de estudios
- Venta de servicios

En lo que se refiere a la categoría de lo técnico y la infraestructura, se enuncia lo siguiente:

- Instalaciones
- Plataformas
- Equipo técnico e informático

El sistema de evaluación que se propone, como parte del modelo académico general, deberá basarse en los principios rectores del modelo de aprendizaje expresados ya en este documento; así, la autogestión, la significación, la creatividad y la participación, como puntos de llegada de los procesos educativos, definirán los criterios e indicadores de la evaluación.

La evaluación de la plataforma es un aspecto fundamental en la educación virtual, por lo que se hace énfasis en la necesidad de evaluar sus posibilidades de interacción con el objeto de estudio y con sus compañeros y asesores, así como su grado de amigabilidad.

El programa de licenciatura realizará dos tipos de evaluación: interna y externa. La evaluación interna implica una evaluación institucional, donde se realizarán ejercicios de autoevaluación de mediano plazo (entre tres y cinco años) con base en los indicadores, las normas y las políticas institucionales, nacionales e internacionales y con la creación de comités internos creados por expertos en el campo.

El modelo de evaluación del Sistema de Universidad Virtual concibe a éste como un objeto de estudio macro, con múltiples elementos y procesos particulares que deberán ser estudiados, y también con una gran variedad de relaciones bilaterales con los centros universitarios y organismos externos con los que establecerá trabajos de cooperación e intercambio. Se pretende que la evaluación no sólo dé cuenta del aprendizaje de los estudiantes, sino que abarque el desempeño del sistema respecto a la provisión de estructura y trayectorias para la gestión del conocimiento, su capacidad para conformar comunidades de aprendizaje y redes de conocimiento, así como la provisión de espacios, herramientas, insumos, clima para el óptimo manejo de la información, la producción, la interacción y la exhibición de lo producido.

El plan de evaluación del programa de **Licenciatura en Periodismo Digital** identifica tres grandes categorías: lo académico, lo administrativo y lo relacionado con la infraestructura.

Respecto a lo académico, la evaluación abarcará:

- Plan de estudio
- Desempeño académico de profesores
- Perfiles de ingreso y egreso de estudiantes
- Proyectos realizados por los alumnos
- Aprendizaje de estudiantes
- Perfiles de profesores
- Proceso educativo (interacciones, utilización de materiales, asesoría, participación de estudiantes)
- Materiales educativos
- Recursos informativos
- Equipo de apoyo para procesos educativos

- Expedición de documentos oficiales
- Pago de matrículas
- Información académica
- Trámites de titulación
- Seguimiento de la trayectoria escolar de los estudiantes y de los egresados

e) Contratación de profesores

- Se contratará un asesor por cada 20 alumnos, de acuerdo con los lineamientos del SUV.
- Se contratará a un asesor por cada 10 alumnos para las materias correspondientes a los laboratorios de proyecto, de acuerdo con los lineamientos del SUV.
- Se tendrán apoyos de profesores de la red para la asesoría, previo acuerdo con los centros universitarios.
- Se contratarán profesionales para fortalecer el programa y garantizar la calidad:

- Diseñadores de cursos
- Asesores externos para proyectos de investigación
- Conferencistas
- Evaluadores

La evaluación, como uno de los momentos principales del proceso educativo, constituye para el SUV un eje que cruza todas sus demás acciones, dando cuenta de lo académico, lo administrativo, lo operativo y lo normativo.¹¹

5. PLAN DE EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN CURRICULAR

¹¹ Universidad de Guadalupe, "Evaluación y certificación. Propuesta para la creación del Sistema Virtual de la Universidad de Guadalupe", noviembre de 2004.

- actividades, y en el aspecto administrativo obedece a la recuperación adecuada del costo de inversión.

El máximo obedece a que en educación a distancia no es posible atender un número elevado de estudiantes, ya que se requiere una atención personalizada por parte de los asesores para evitar la deserción.

Duración del programa

El tiempo estimado para el estudio de esta licenciatura es de seis semestres, en un periodo de tres años como mínimo y un máximo de cinco años. Se podrán hacer las revalidaciones convenientes de acuerdo con el Reglamento General de Revalidaciones, Equivalencias y Acreditación de Estudios de la Universidad de Guadalajara.

Para la implementación de la **Licenciatura en Periodismo Digital** en modalidad a distancia se toman en cuenta aspectos académicos, tecnológicos y administrativos que permitan la adecuada ejecución del programa, además de facilitar y propiciar la flexibilidad de servicios que respondan de manera eficiente y pertinente a los estudiantes.

a) La mediación pedagógica del programa se llevará a cabo a través de la plataforma digital Ambiente Virtual de Aprendizaje o de otra plataforma que la Coordinación de la Carrera decida, y la gestión académica, en la Dirección Académica del Sistema de Universidad Virtual.

b) Los procesos de inscripción se llevarán a cabo mediante mecanismos digitalizados por medio de los cuales el estudiante esté en posibilidades de realizar los trámites a través de un sistema moderno y flexible, mediante la adecuación del sistema de información existente que permitirá realizar sus trámites vía Internet.

c) La administración escolar del programa estará a cargo de la Coordinación de Control Escolar del Sistema de Universidad Virtual, a través de un módulo especial.

d) Se implementarán bases de datos que se actualizarán regularmente, y se proporcionarán los siguientes servicios:

 - Información administrativa

Se atenderá un mínimo de 20 estudiantes y un máximo de 25 alumnos por sección, y se espera iniciar con un grupo máximo de 80 estudiantes divididos en las distintas secciones. El mínimo se justifica, en el aspecto académico, para poder propiciar el trabajo colaborativo entre los participantes en la elaboración de los proyectos y desarrollo de

Número mínimo de alumnos requeridos para abrir una promoción del programa:

La modalidad de estudio será en línea y con el apoyo de un asesor de forma permanente para la orientación de su aprendizaje.

- Contar con la aprobación de 330 créditos.
- Haber cumplido con el servicio social tal y como lo marca la normatividad.
- Presentar y aprobar dentro de la modalidad de titulación seleccionada el producto requerido por la misma.

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Titulación de la Universidad de Guadalajara, y de manera específica, los requisitos de titulación de los alumnos:

g) Titulación

- Lo desempeñará en alguna organización que cubra los criterios determinados por la Universidad para la generalidad de sus programas.
- Se considerará servicio social la continuidad del estudiante en la ejecución de un proyecto o tarea profesional después de haber terminado el periodo exigido curricularmente y si no percibe remuneración por dicha práctica.
- El registro de tal actividad como servicio social deberá hacerse formalmente ante la Coordinación de Carrera siguiendo los lineamientos indicados para su cobertura. El servicio social no contará con valor en créditos, ya que, como se menciona arriba, es un requisito institucional para la titulación.

considerando los siguientes criterios:

El estudiante, como requisito para su titulación, deberá haber realizado el servicio social

f) Servicio social

De acuerdo al mismo Reglamento General de Evaluación y Promoción de alumnos citado arriba, y considerando que el alumnado del Sistema de Universidad Virtual es adulto en su mayoría, con desempeño previo en diversos ámbitos laborales, se aplicará un examen de competencia, a petición del alumno, para acreditar aquella o aquellas áreas del conocimiento en las que ya posee experiencia o desee demostrar sus competencias, con la finalidad de diseñar su propia trayectoria para cursar el programa.

e) Acreditación de competencias

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Evaluación y Promoción de alumnos de la Universidad de Guadalajara, se evaluarán los aprendizajes aplicando los métodos y técnicas adecuados, según el tipo de unidad de competencia. Dado que el Sistema de Universidad Virtual diseña sus programas educativos con base en el modelo de competencias, la evaluación se centrará en el desempeño y se evidenciará, preferentemente, mediante la resolución de casos y problemas, así como la planeación e implementación de proyectos.

d) Evaluación de los alumnos y obtención de créditos

El alumno se considerará egresado del Programa en *Periodismo Digital* una vez que haya cursado y aprobado todas las unidades de competencia y haya acreditado el 100% de los créditos establecidos.

c) Requisitos de egreso

Asimismo, los alumnos que hayan suspendido sus estudios podrán reinscribirse, en caso de que los plazos no se hubieran extinguido; pero tendrán que sujetarse al plan de estudios vigente en la fecha de su reingreso.

de este límite de tiempo, la presentación del examen profesional. correspondiente, al término del cual se causará baja definitiva. No se considerará, dentro del programa, será el doble del tiempo establecido en el plan de estudios El tiempo límite para el cumplimiento de la totalidad de los requisitos del ciclo educativo regreso el alumno deberá aprobar el examen global por competencias que se establezca. podrá ampliar dicha suspensión; en caso de una interrupción mayor de tres años, a su en el reglamento correspondiente. En casos excepcionales y plenamente justificados, se de los estudios hasta por un año lectivo (licencia), sin que se afecten los plazos previstos En cada ciclo de estudios, a petición expresa del alumno, se podrá autorizar la suspensión estudios en lapsos iguales o menores a través de exámenes por competencias.

Para el nivel de licenciatura, los límites de tiempo para estar inscrito en la universidad con los beneficios de todos los servicios educativos y extracurriculares, serán los que al respecto establezca la normatividad universitaria sobre el tema, pudiendo concluir sus

b) Requisitos de permanencia

- Autobiografía.
- Carta de exposición de motivos para cursar el programa, a manera de
- Asistir a entrevista con miembros de la junta académica, en la que se presentará
- (intermedio)
- Acreditar la competencia de lecto-comprensión del idioma inglés (nivel
- Presentar currículo vitae.
- Certificado de preparatoria o equivalente.
- Contar con al menos 25 años cumplidos.
- comunicación y el periodismo de por lo menos cinco años.
- producciones periodísticas, experiencia profesional en el campo de la
- Acreditar, mediante constancias de trabajo y portafolio con evidencias de

4. CRITERIOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA
a) Requisitos de ingreso

Ámbito de los servicios informativos	Ámbito de los servicios informativos	Ámbito de la organización	Ámbito de la organización	Ámbito de la organización	Ámbito de la organización	Ámbito de la organización	Ámbito de la organización
Análisis de las necesidades de los consumidores de información periodística	Diagnóstico de las formas de producción informativa	Análisis de las funciones y políticas editoriales del medio	Fundamentación de los medios en México	Fundamentación de los medios en México	Fundamentación de los medios en México	Fundamentación de los medios en México	Fundamentación de los medios en México
Evaluación de los servicios informativos a las audiencias	Redacción de géneros interpretativos	Innovación en la difusión informativa	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio
Construcción de la agenda informativa	Innovación en la difusión informativa	Innovación en la difusión informativa	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio
Gestión y administración de audiencias y usuarios	Innovación en la difusión informativa	Innovación en la difusión informativa	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio	Análisis de las funciones y políticas organizacionales del medio
Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias	Mejoramiento de los procesos editoriales y de producción informativa	Mejoramiento de los procesos editoriales y de producción informativa	Mejoramiento de la organización	Mejoramiento de la organización	Mejoramiento de la organización	Mejoramiento de la organización	Mejoramiento de la organización
Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias	Mejoramiento de los procesos editoriales y de producción informativa	Mejoramiento de los procesos editoriales y de producción informativa	Mejoramiento de la organización	Mejoramiento de la organización	Mejoramiento de la organización	Mejoramiento de la organización	Mejoramiento de la organización

la elaboración de un diagnóstico de la misma, y en sexto, la propuesta de mejora con base en el citado diagnóstico.

En función de estos proyectos y con base en los ejes de formación, se definieron las competencias específicas necesarias para lograr el perfil de egreso, mismas que se fueron anotando en la celda correspondiente del cuadro de doble entrada.

A las competencias derivadas de las competencias genéricas se les llama indistintamente unidades de competencia, unidades de aprendizaje o unidades de formación. En este documento, para ser congruentes con el modelo de diseño curricular que se siguió, les llamaremos unidades de competencia.

El siguiente cuadro muestra la malla curricular resultante, con sus unidades de competencia por ciclo escolar:

Competencias genéricas	Unidades de competencia	Unidades de aprendizaje	Unidades de formación	Proyectos
Ambito de la producción noticiosa	Investigación de tendencias en el ámbito periodístico	Redacción de géneros informativos	Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación	Proyecto 1 Problematización de la práctica periodística
Ambito de la producción noticiosa	Diseño y técnicas para la investigación periodística	Contextualización de la investigación periodística	Producción multimedia	Proyecto 2 Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información

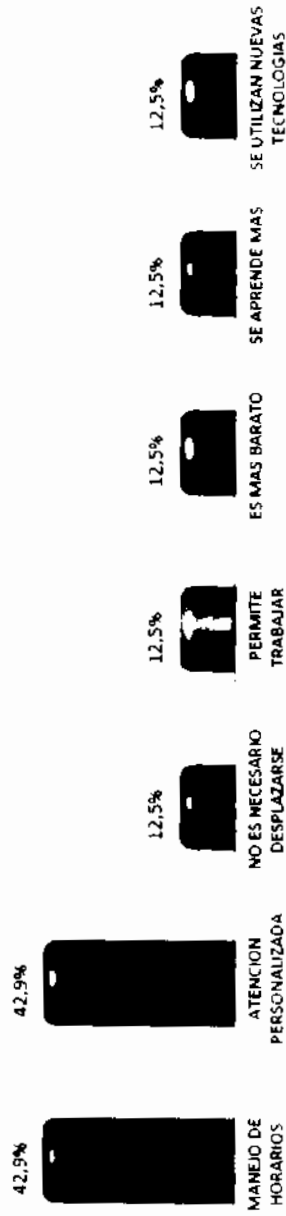


¿Cuáles considera usted que son las ventajas de realizar estudios en línea?

DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

RESPUESTA MÚLTIPLE





DIRECTORES

Principalmente accesibilidad y practicidad (tiempo y espacio)

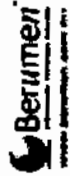
El costo

Desarrollar una autodisciplina



Ventajas de los cursos en línea

- "Al ser en línea es más accesible en tiempos"
- "No te tienes que desplazar y lo puedes adecuar a tus tiempos"
- "La oportunidad de horarios, ubicación geográfica ya que se puede tomar en cualquier lugar que tenga conexión a internet"
- "Acceder a horarios diversos, no trasladarse a un plantel"
- "Los costos son más accesibles"
- "Ahorras dinero, gasolina, tiempo, trasladados y además no contaminas en el auto"
- "Autoimplantarse una disciplina que se pone en prospectivo por el interés de aprender, en un curso en línea debes de tener interés por aprender, no por prender la computadora vas a aprender"



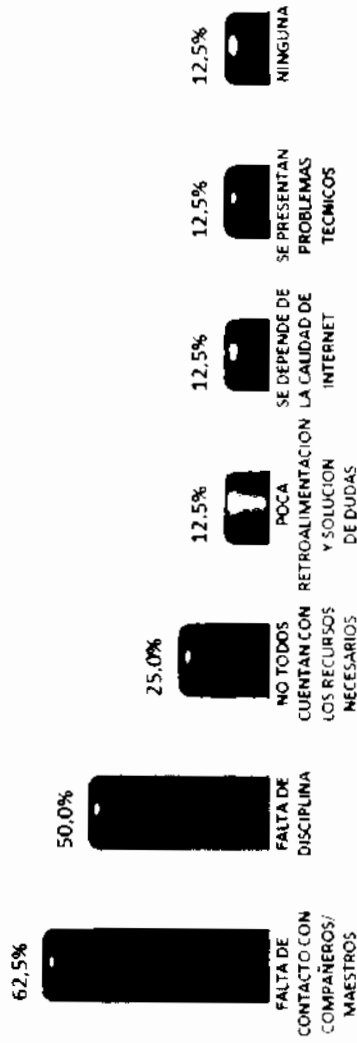


¿Cuáles serían las desventajas de estudiar en línea?

DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

RESPUESTA INDICADA





Desventajas de estudiar de manera virtual

"La falta de retroalimentación directa, no hay una empatía, ni una comunicación efectiva"
 "No hay trato con los profesores, me gusta más tratar directamente con ellos porque disipan las dudas de una manera más clara y amplia"
 "No hay un contacto directo con los profesores, no interactúas con tus compañeros y no hay retroalimentación de grupo"

"La falta de disciplina por la libertad de elegir tus tiempos"
 "Ser indisciplinada al no completar tareas ya que no hay nadie que te presione"
 "Falta de atención y concentración"
 "Luego no le pones tanto empeño porque no tienes quien te jale las riendas para hacer lo"

"Existen muy pocos maestrías en el sistema virtual"
 "Faltan mejores temáticas"
 "Hay muy poca difusión"

"No estamos muy familiarizados con el sistema virtual"
 "No tener los medios y servicios adecuados"
 "Problemas técnicos, como dificultades con la conexión a internet"

"una cosa es que te den la receta y otra que la hagas, faltarían las practicas de campo"



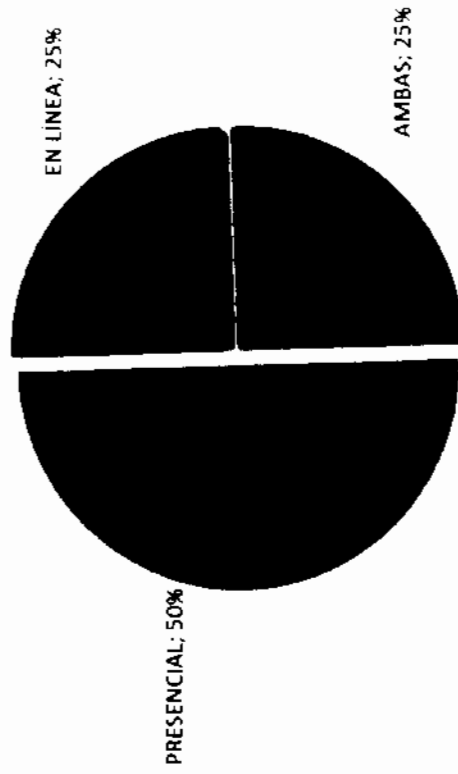
Mencionan también que no se le da suficiente valor académico al estudiar un curso o posgrado en línea

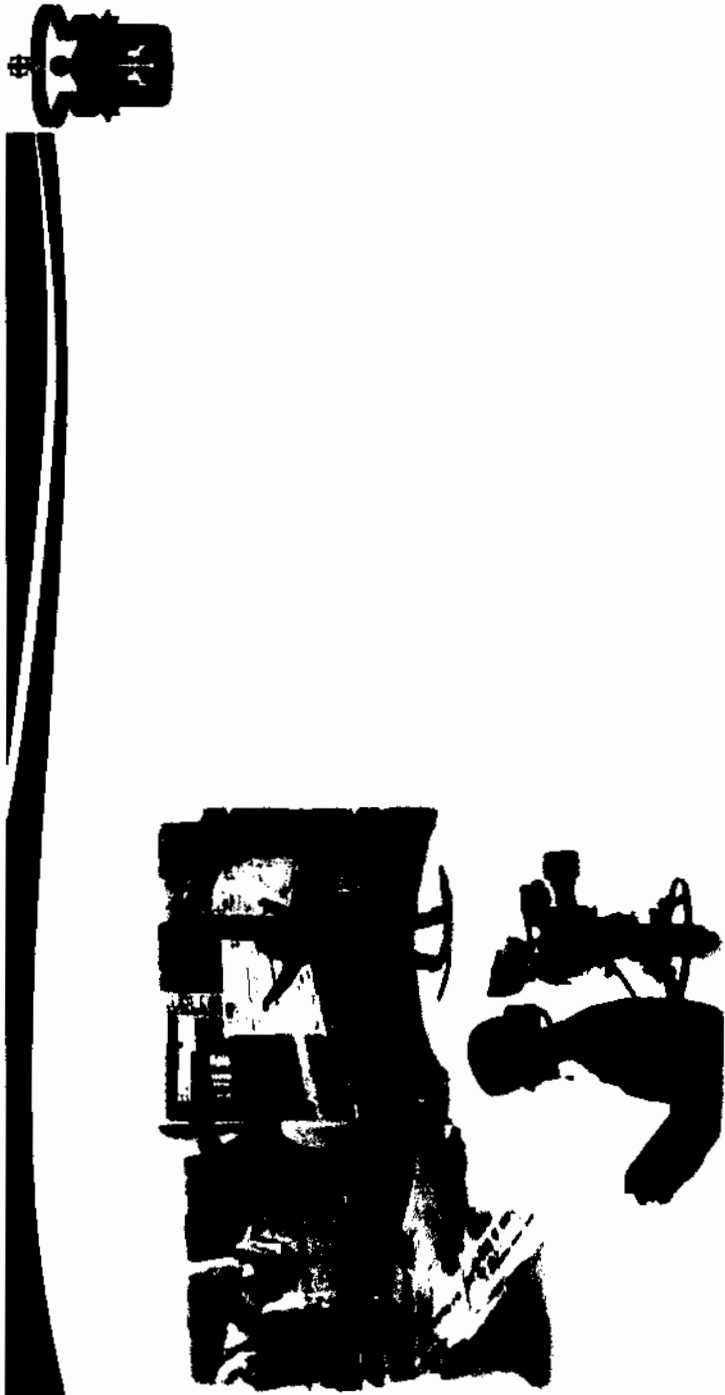


Para usted ¿Qué modalidad es mejor para la capacitación del personal a su cargo, presencial o en línea?

DIRECTORES

BASE: 8 CASOS





INTERÉS EN PROFESIONALIZACION EN PERIODISMO



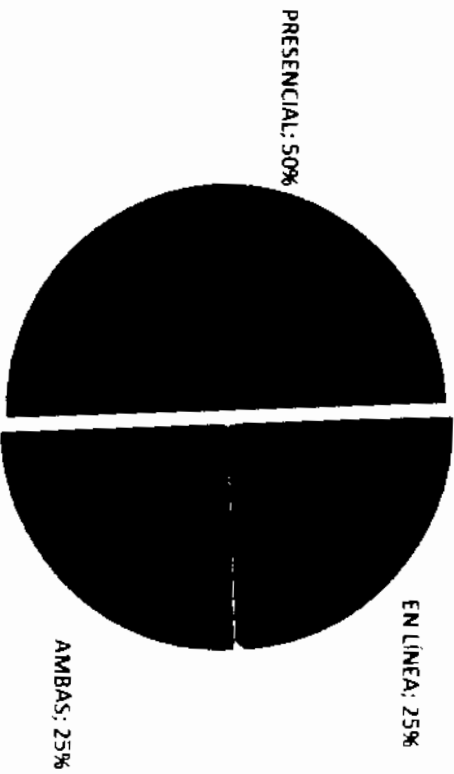
INTERÉS EN PROFESIONALIZACION EN PERIODISMO

Para usted ¿Qué modalidad es mejor para la capacitación del personal a su cargo, presencial o en línea?



DIRECTORES

BASE: 8 CASOS



Desventajas de estudiar de manera virtual.



"La falta de retroalimentación directa, no hay una empatía, ni una comunicación efectiva"

"No hay trato con los profesores, me gusto más tratar directamente con ellos porque disipan las dudas de una manera más clara y amplia"

"No hay un contacto directo con los profesores , no interactivos con tus compañeros y no hay retroalimentación de grupo"

"Lo falta de disciplina por la libertad de elegir tus tiempos"

"Ser indisciplinado al no completar tareas ya que no hay nadie que te presione"

"Falta de atención y concentración"

"Luego no le pones tanto empeño porque no tienes quien te jale las riendas para hacerlo"

"Existen muy pocas maestrías en el sistema virtual"

"Faltan mejores temáticas"

"Hay muy poca difusión"

"No estamos muy familiarizados con el sistema virtual"

"No tener los medios y servicios adecuados"

"Problemas técnicos, como dificultades con la conexión o internet"

"una cosa es que te den la receta y otra que lo hagas, faltarian las practicas de campo"

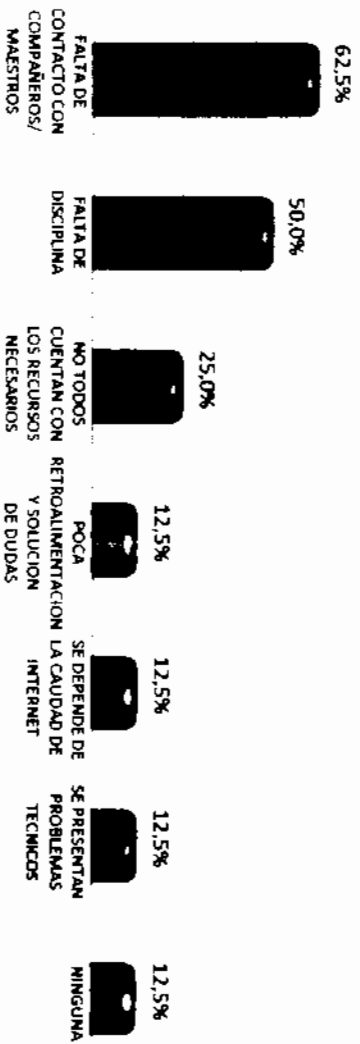
Mencionan también que no se le da suficiente valor académico al estudiar un curso o posgrado en línea

¿Cuáles serían las desventajas de estudiar en línea?

DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

RESPUESTA MÚLTIPLE



OBJETIVOS

Principalmente accesibilidad y
practicidad (tiempo y espacio)

El costo

Desarrollar una autodisciplina

¿Por qué?
¿Cómo?
¿Cuándo?
¿Dónde?

“Al ser en línea es más accesible en tiempos”

“No te tienes que desplazar y lo puedes adecuar a tus tiempos”

“La oportunidad de horarios, ubicación geográfica ya que se puede tomar en cualquier lugar que tengo conexión a internet”

“Acceder a horarios diversos, no trasladarse a un plantel”

“Los costos son más accesibles”

“Ahorras dinero, gasolina, tiempo, traslados y además no contaminas en el auto”

“Autoimplantarse una disciplina que se pone en prospectiva por el interés de aprender, en un curso en línea debes de tener interés por aprender, no por prender la computadora vos a aprender”

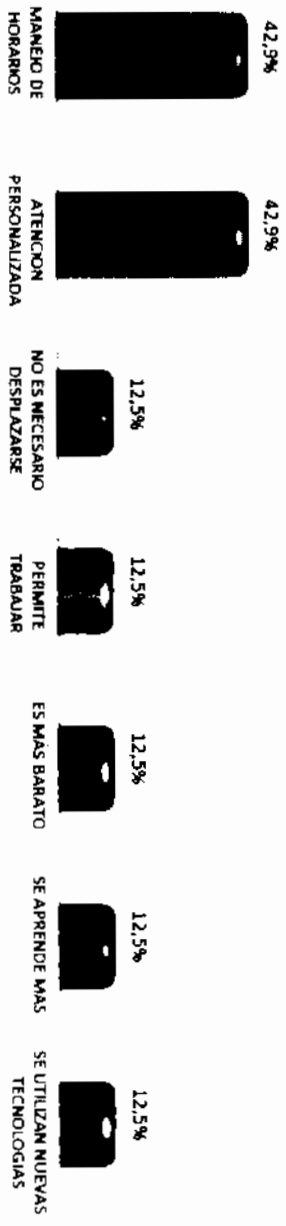
¿Cuáles considera usted que son las ventajas de realizar estudios en línea?



DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

RESUESTA MÚLTIPLE



Ponente. Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) 2008. Ponencia "De la red a la acción: la diáspora virtual mexicoamericana desde de la perspectiva del capital social", Monterrey, 6 – 9 de mayo de 2008.

Ponente. VI encuentro Internacional de la Unión Latina de la Economía Política para la Información la Cultura y la Comunicación (ULEP-ICC). Ponencia "Sitios de oriundos" en la WEB: la diáspora mexico-americana y algunos usos sociales de la Internet como nuevos mecanismos de producción de capital social", México, Noviembre 2007.

Ponente. X Congreso Internacional del IBERCOM "Identidad Iberoamericana. Comunicar la unidad de la diversidad". Ponencia "Los sitios de oriundos": una visión de le diáspora mexicana y sus usos sociales de la WEB desde el enfoque del capital social", Guadalajara, 21 y 22 de noviembre de 2007.

Ponente. Encuentro Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Ponencia "Los usos sociales desde el capital social. El caso de la diáspora mexicana y el surgimiento de los "sitios de oriundos en la WEB" 16,17 y 18 de octubre de 2007.

Ponente. Encuentro de Comunicación 2002. Ponencia "Campo comunicativo: experiencias, retos y encuentros", Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2002.

Ponente y Coordinador del Panel. Jornadas de Comunicación 2001 "Comunicación, estudiantes y futuros profesionales", Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2001

Ponente. Jornadas de Comunicación 2001. Ponencia: "Comunicación, jóvenes practicantes y campo académico". Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2001

Ponente. Coloquio "Los procesos de comunicación y salud en el adolescente", Semana de Comunicación CECyTVA – UNIVA, Universidad del Valle de Atemajac, 26 de febrero 1996.

***Coordinación logística** en la "Presentación del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), Capítulo México, Feria Internacional del Libro (FIL) y Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Universidad de Guadalajara, noviembre de 2005.

***Asistencia logística** en el IX Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre de 2005.

***Coorganizador** "Primer Congreso Internacional OBITEL", OBITEL México y Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Universidad de Guadalajara, Octubre 2007.

***Asistencia logística** en el VIII Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre de 2004.

***Asistencia logística en el Panel "Al filo de las pantallas. Educación en la era de la visualidad tecnificada", VII Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara", noviembre de 2003.**

***Asistencia logística en el VI Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre 2002.**

PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN DE MÁS DE UN AÑO DE DURACIÓN

Coordinador de proyecto y equipo de trabajo. "Desarrollo de comunicación institucional para Jalisco Hambre Cero A.C." Jalisco Hambre Cero / Banco de Alimentos / Licenciatura en Comunicación Pública, Universidad de Guadalajara (Diciembre 2010 -)

Co-coordinador de proyecto y equipo de trabajo. "Observatorios de televisión en la escuela: un espacio para desarrollar la interacción crítica y creativa de docentes y estudiantes con las pantallas (montado en 10 escuelas de Jalisco). Titular Dr. Guillermo Orozco, Consejo estatal de Ciencia y Tecnología de Jalisco (COECyTJAL) –U de G, Televidencias A.C. (diciembre 2010 – marzo 2011).

Co-coordinador de proyecto. "¡Apantállate! La interacción educativa de jóvenes con las pantallas. Titular Dr. Guillermo Orozco, Televidencias, A.C. (2008-).

Administrador de proyecto binacional. "Difusión internacional de buenas prácticas de divulgación científica hechas en Jalisco, México y Trieste, Italia". Titular: Dr Guillermo Orozco, COECyTJAL – Televidencias A.C. (2008-2008).

Investigador Titular: "El espacio público de la WEB en la transnacionalización de comunidades México Estados Unidos", Investigación posgradual, CONACyT, Universidad de Guadalajara (2006-2008).

Responsabilidad: asistente de investigación. "Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva" (OBITEL). Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario Ciencias Sociales y Humanidades, Un. de Guadalajara. (2005-2008).

Responsabilidad: asistente de investigación. "Jóvenes y usos sociales de Internet. Investigación comparativa entre Montreal, Guadalajara y Cuernavaca". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Univ. de Guadalajara - Universidad de Montréal (2006-2008).

Responsabilidad: asistente de investigación. "Maneras de estar y de ser y medios de aprender frente y más allá de las pantallas". Titular: Dr. Guillermo Orozco Universidad de Guadalajara, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades(2004-2006).

Responsabilidad: asistente de investigación. "Pedagogía de la televidencia noticiosa". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (2003-2004).

Responsabilidad: asistente de investigación. "Percepciones, apropiaciones y usos de las noticias televisivas por familias mexicanas". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (2002-2003).

TUTORÍAS ACADÉMICAS

Director de tesis. Alumna: Alma Celia Galindo Núñez. Tesis en proceso. Maestría en gestión y desarrollo social, Universidad de Guadalajara. Cal. 2010 - B- hasta la fecha.

Lector de coloquio. Alumna: Alma Celia Galindo Núñez. Maestría en gestión y desarrollo social, Universidad de Guadalajara. Diciembre, 2010.

Tutor académico (3° semestre), Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Febrero – julio 2011.

Tutor servicio social (7° semestre), Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Febrero – julio 2011.

Director de proyecto de titulación. Alumna: Luz Cirenía Ontiveros. Proyecto de titulación. Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara. Calendario 2010 – B.

Sinodal. Examen profesional, alumno: Hugo García Díaz. Tesis: "La recepción televisiva del fútbol-pantalla en espacios comerciales". Maestría en Comunicación, Departamento de Estudio de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. 24 de enero de 2011.

Sinodal. Examen profesional, alumna: Citlalli González Ponce. Tesis: "Fotografía y contexto comunicativo: la lectura fotográfica en niños de Aguascalientes y Ocumicho, Michoacán". Maestría en Comunicación, Departamento de Estudio de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. 14 de septiembre de 2010.

Asesor de tesis. Alumna: Rocío del Carmen Ascencio Jaime. Tesis: "Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva: una mirada al fenómeno de las telenovelas mexicanas como aproximación a la observación de la violencia". Licenciatura en Sociología, Universidad de Guadalajara, México. Enero de 2008.

Sinodal. Examen profesional, alumno: Alejandro Huízar Moreno, Reporte de prácticas en campo. Licenciatura en Sociología, Universidad de Guadalajara. 2 de junio de 2006.

DISTINCIONES

*Invitación a pertenecer, en calidad de especialista, al Directorio de Especialistas del Programa de Diplomado en Tecnologías de Información y Comunicación, UNAM. México, 6 de junio de 2009

* Aceptación como Alumno Convocatoria 2008 – 211, Doctorado en Ciencias Sociales – Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS Occidente). 56 concursantes, 9 aceptados nacionales. Doctorado inscrito en el Programa Nacional de Excelencia CONACyT. Invitación declinada por desaparición de línea institucional de investigación. 11 de agosto 2008.

* Finalista en competencias nacional abierta por la plaza de Profesor-Investigador Tiempo Completo, Licenciatura en Comunicación, Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México. (Invitación declinada por compromiso institucional irrevocable). 18 de julio 2008.

* Becario de investigación del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI). Cuerpo Académico Televisión, Historia, Producción y Recepción, Universidad de Guadalajara Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Guadalajara, Jal., 2006 – 2008.

* Beca de Excelencia en Apoyo al Posgrado, CONACyT, Maestría en Comunicación, Universidad de Guadalajara.

* Puntaje reportado en Examen Nacional de Posgrados CENEVAL EXANI III: 1,155 puntos. Mayo de 2006.

* Beca Parcial a Compromiso Académico, Licenciatura en Comunicación, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)

* Invitación a fungir como Investigador Educativo (declinada), Museo Interactivo El Trompo Mágico, Gobierno del Estado de Jalisco, Guadalajara, Jal., Marzo 2005.

* 2º Lugar en el CONCURSO ESTATAL DE CONOCIMIENTOS DGETI – 1997 representando a la Universidad del Valle de Atemajac, UNIVA.

* 2º Lugar en el concurso de cuento corto UNIVA, 1995.

FORMACIÓN MENOR

*Curso de posgrado "Análisis de datos cualitativos en interfaces ATLAS T.I.", Federación Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Buenos Aires, Argentina, julio de 2010.

*Seminario de Especialización "Ciberculturas". Dr. Klaus Bruhn Jensen, Universidad de Copenhagen. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, enero de 2008.

*Cátedra de Investigadores Nacionales / Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva / Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, primer semestre de 2006.

*Seminario Procesos cognitivos en la lengua inglesa "Suporthink", Houghton Mufflin International, 2002.

*Seminario "Enseñanza de la lectura, una visión comunicativa", LIUMUSA, Encuentro Nacional de Enseñanza, Guadalajara, Jalisco, marzo de 2001.

*Programa "*Vinculación Industrias Comunicacionales - Sector Privado*", UNIVA / Patronato para el Desarrollo Empresarial Mexicano, Jóvenes Emprendedores A.C. Enero – junio 1995.

*Seminario "Literatura Comparada", Programa literario XII Feria Internacional del Libro, Departamento de Letras, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, diciembre de 1998.

*Programa de Licenciatura en letras hispánicas, Universidad de Guadalajara, septiembre – febrero de 1998.

PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

Consejo de Carrera de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ITESO, 2002

Currículum Rosalía Orozco Murillo

Nacionalidad: Mexicana
RFC: OOMR710831-JU4
Mail: orozmur@hotmail.com
Teléfono: 3311 652608

Perfil profesional:

Experiodista. Académica de Tiempo Completo en la Universidad de Guadalajara. Investigadora, especialista e interesada en estudiar los temas relacionados con el periodismo, su cultura, sus transformaciones y relaciones.

Formación académica

Maestría en Comunicación. Universidad de Guadalajara (2004-2006). Grado obtenido mediante la modalidad de examen profesional el 25 de julio de 2007. Título de la tesis: *Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia la caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México*. Directora: doctora María Elena Hernández Ramírez. Programa adscrito al padrón de excelencia del CONACYT.

Licenciatura en Letras. Universidad de Guadalajara (1991-1995). Título obtenido mediante la modalidad de examen profesional el 12 de enero de 1999. Tesis: *Libros devotos en Guadalajara, dos ediciones de Monojito de Flores*. Investigación realizada con el apoyo del CONACYT durante los años 1997-1998. Directora de la tesis: doctora Carmen Castañeda.

Cargos académicos

Jefe del Centro de Formación en Periodismo Digital. Sistema de Universidad Virtual. Universidad de Guadalajara. Desde febrero de 2011 a la fecha.

Presidenta de la Academia de Periodismo y Nuevas Tecnologías. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. De marzo del 2009 a la fecha.

Coordinadora del Programa Educativo de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. Universidad de Guadalajara. Septiembre de 2008 a Enero de 2011.

Presidenta del Comité de Titulación de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. De septiembre de 2008 a la fecha.

Representante institucional de la Licenciatura en Periodismo, de la Universidad de Guadalajara, ante el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). De marzo del 2008.

Premios, becas y distinciones

“Reconocimiento a Perfil Deseable”, que otorga la Secretaría de Educación Pública, a través del Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP). Julio de 2009-Agosto 2012.

PRIMER LUGAR en el Premio Nacional de Tesis de Maestría, que otorga el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), con la tesis “Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia la caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México”. Octubre del 2008.

Beneficiaria de la beca “Apoyo a la Incorporación de Nuevos Profesores de Tiempo Completo”, que otorga la Secretaría de Educación Pública, a través del Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP). Septiembre 2008 a Marzo de 2010.

Premio Estatal de Periodismo 2004 en el género de entrevista. Otorgado por la Universidad Autónoma de Nayarit y el Instituto Tecnológico de Tepic. 7 de junio de 2004.

Mención Honorífica en el género de crónica en el Premio Estatal de Periodismo 2004. Otorgado por la Universidad Autónoma de Nayarit y el Instituto Tecnológico de Tepic. 7 de junio de 2004.

Becaria del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), para cursar la Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara. Febrero a Junio del 2006.

Investigaciones

Cuerpo Académico: Estudios sobre periodismo, comunicación política y consumo mediático.

Identificación del CA: UDG-CA-407

IES: Universidad de Guadalajara. Consolidación: En formación

Líneas de investigación:

1. Estudios sobre periodismo, comunicación política y consumo mediático.
2. Relaciones prensa-poder y análisis de prácticas periodísticas.

Grupos y redes de investigación: Red de Estudios Sobre Periodismo (REJ). Página de internet *Sur le Journalisme* (<http://www.surlejournalisme.com>).

Proyecto de investigación en curso:

Colaboradora del proyecto *Worlds of Journalisms: The Mexican case* (Culturas periodísticas el caso mexicano). Financiado por la Fundación Alemana para la Investigación (German Research Foundation, DFG) y la Fundación Nacional de Suiza para la Ciencia (Swiss National Science Foundation, SNSF).

Objetivo general

Explorar la vigencia de la “cultura universal del periodismo” en el contexto mexicano, para “mapear” las variaciones que el concepto “cultura del periodismo” tiene en diversas naciones, considerando los diferentes tipos de organizaciones de medios, prácticas individuales y factores contextuales. Página web del proyecto: www.worldsofjournalisms.org

Otras investigaciones

Colaboración durante el 2007 y 2008 en el proyecto “Modelos de financiamiento en el periodismo mexicano”. Dirigido por la Dra. María Elena Hernández Ramírez. Proyecto con registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Participación como investigadora asistente, durante el periodo Junio-Diciembre de 2005, en el proyecto de investigación “Franquicias periodísticas y sinergias productivas: hacia nuevos modelos de financiamiento en el periodismo mexicano”, dirigido por la Dra. María Elena Hernández Ramírez. El proyecto tiene registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Auxiliar en el proyecto de investigación “Consumo de la Prensa en el Occidente de México” (el caso de Jalisco), que dirigió el Mtro. Pablo Arredondo Ramírez. Proyecto con registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara. 2005 y 2006.

Auxiliar de investigación en el proyecto de investigación “Comunicación y transición Política en México”, dirigido por el Mtro. Pablo Arredondo Ramírez. Universidad de Guadalajara. 2005.

Colaboradora en el proyecto de investigación “Las prácticas de la lectura y la escritura en la Nueva Galicia”, dirigido por la doctora Carmen Castañeda. Registrado en el CIESAS

Occidente. Resultado: tesis de licenciatura *Libros devotos en Guadalajara, dos ediciones de Manojito de Flores*. Examen Profesional realizado el 12 de enero de 1999.

Auxiliar en el Programa de investigación Teatral "Juan José Arreola". En total se prestaron 900 horas de labores que fueron reconocidas como Servicio Social para la Universidad de Guadalajara. CUCSH, División de Estudios Históricos y Humanos. Departamento de Letras. Abril de 1995 a junio de 1996.

Auxiliar de investigación en el programa "Motivación a la Investigación para Estudiantes Sobresalientes". Documenté y redacte parte de la base de datos para el "Índice Bio-Filmográfico de Cineastas Mexicanos", proyecto dirigido por el Dr. Eduardo de la Vega Alfaro. Universidad de Guadalajara. Coordinación de Medios. Marzo 1994-febrero 1995.

Publicaciones

Autora del artículo: "Urgente acotar atraso en telecomunicaciones". Publicado en *La Gaceta de la Universidad de Guadalajara*. 28 de junio de 2010.

Autora del libro: *Relaciones prensa-gobierno en Tepic. Una caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Editorial cucsh-udg, enero del 2010.

Autora del artículo científico: "Modelos teóricos sobre la relación medios-Estado. Un mapa conceptual para analizar la relación prensa poder-público", en el libro *Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Editorial cucsh-udg, junio de 2010.

Coautora del artículo científico: "Franchises journalistiques et synergies productives dans la presse mexicaine". En el libro *Figures du Journalisme*. Dirigido por Dominique Augéy, Francois Demers y Jean-Francois Tétu. Canadá 2008: Les Presses de l'Université Laval.

Autora del artículo de divulgación cultural: "Por los caminos reales de Ixtlán". Periódico *Nayarit Opino Milenia*. Tepic, Nayarit. Jueves 5 de febrero de 2004.

Autora de nueve ensayos: "De Huidobro a Neruda", "Gabriela Mistral y el Ansia de Vivir", "La obra rulfiana en el cine", "Vicente Huidobro: hacedor de realidades", "César Vallejo y la desolación", "El paisaje de la muerte en la obra de Xavier Villaurrutia", "La música inefable de San Juan de la Cruz", "Nicanor Parra y la desmitificación de la poesía", y "La novela caballeresca, pastoril y picaresca en el siglo XVI". De febrero a octubre de 1998. En la revista cultural *Cráteres*. Guadalajara, Jalisco.

Actividades de divulgación y difusión del conocimiento

Moderadora de la mesa "Ética y responsabilidad social del periodismo en tiempos de cambio". En el Museo del Periodismo y las Artes Gráficas (MUPAG). Organizado por el Sistema de Universidad Virtual, Fundación Manuel Buendía y MUPAG. 21 de octubre de 2011.

Moderadora de la mesa "Periodismo digital en América Latina". En V Jornadas de Periodismo. 21 de octubre de 2009, Centro Universitario de la Ciénega.

Moderadora de la mesa "Periodismo ambiental en la era digital". En el IV Encuentro Internacional de Periodistas, durante la Feria Internacional del Libro de Guadalajara. 5 de diciembre de 2008. Universidad de Guadalajara.

Ponente en la mesa redonda "Las transformaciones del periodismo", con investigadores de la Universidad de Rennes I (Francia), de la Universidad de Brasilia (Brasil) y de la Universidad de Guadalajara. 8 de mayo de 2008, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH). Universidad de Guadalajara.

Ponente en el Décimo Congreso IBERCOM, ¿Identidad Iberoamericana?, organizado por la Asociación Iberoamericana de Comunicación. Ponencia: Relaciones prensa-gobierno en Tepic: Un acercamiento a prácticas dominantes en el periodismo mexicano. 22 de noviembre de 2007. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Guadalajara.

Impartí la conferencia "Estudios sobre la relación medios-poder político" a estudiantes de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Querétaro. Querétaro, 1 de junio de 2007.

Lecturas y dictámenes de artículos científicos

Dictaminé el artículo: "Quem faz a notícia no parlamento brasileiro? Análise comparativa das rotinas dos newsmakers do Senado Federal", para su publicación en la revista *Comunicação y Sociedad*. Enero del 2009.

Dictaminé el artículo: "El fin de la armonía, la crisis dentro de la Cooperativa Excelsior, 1965", para evaluar las aportaciones del escrito al campo del periodismo y ver si aceptaba en la revista *Comunicação y Sociedad*. Julio del 2008.

Docencia

Profesora de Tiempo Completo de la Universidad de Guadalajara. Desde septiembre del 2007 imparto cursos en las Licenciaturas de Periodismo y Comunicación Pública, y en el Centro de Formación en Periodismo Digital:

Taller de Prensa II. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. Impartida 4 semestres. Agosto 2008, hasta la fecha.

Taller de Prensa I. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. Un semestre y hasta la fecha.

Periodismo de Investigación. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Política y Sociedad. Cuciénega. Centro Universitario de la Ciénega. 6 semestres. Agosto 2007, junio 2010.

Seminario de Teorías y Técnicas de la Investigación Periodística. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. 2 semestres. Agosto 2009-Junio 2010.

Géneros Periodísticos. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Dep. de Estudios de la Comunicación Social. Agosto 2009-Enero 2010.

Periodismo Económico y Financiero. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Estudios Económico e Internacionales. Centro Universitario de la Ciénega. 5 semestres. Agosto 2007- Enero 2010.

Investigación Periodística. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Impartida dos semestres.

Comunicación Escrita. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. Impartida dos semestres.

Otras instituciones educativas

Historia del Arte. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). División de Enseñanza Media Superior. Agosto-Diciembre de 2007.

Historia del Arte. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Centro Universitario Guadalajara Lamar. Agosto de 1996 a Diciembre de 1998.

Comunicación y Literatura. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Centro Universitario Guadalajara Lamar. Agosto de 1996 a Diciembre de 1998.

Actividades de vinculación y gestión académica

Organicé la conferencia magistral “La dimensión sonora de la comunicación mediática”, que impartió el Dr. Ángel Rodríguez Bravo a estudiantes de la Licenciatura en Periodismo. En el Centro Universitario de la Ciénega. 27 de noviembre de 2009.

Organicé la presentación del libro *De realidades, ficciones y otras noticias. Estudios sobre reportajes ejemplares*. Del autor José Garza. En el auditorio Mario Rivas Souza. Centro Universitario de la Ciénega. 2 de diciembre de 2009.

Organicé el II Concurso de Fotoperiodismo “Revélate con imágenes”, que se llevó a cabo en el Centro Universitario de la Ciénega, el día 11 de diciembre de 2009.

Organicé las V Jornadas de Periodismo, que se llevaron a cabo los días 20, 21 y 22 de octubre de 2009, en el Centro Universitario de la Ciénega, en Ocotlán, Jalisco.

Como presidenta del Comité de Titulación he organizado cuatro cursos de titulación y gestioné la tramitación las Actas de Titulación de los egresados de la Licenciatura en Periodismo, en el Centro Universitario de la Ciénega. Desde septiembre del 2008 a junio de 2010.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en las LXVIII y LXVII Asambleas Ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizadas los días 12 y 13 de marzo del 2009, en Tlaxcala; y 7 y 8 de octubre del 2009, en Villahermosa, Tabasco.

Organicé la “Reunión Internacional de Análisis sobre las Perspectivas del Periodismo Digital en el Contexto de las carreras de periodismo del Cusur y del Cuciénega”. Llevada a cabo el 17 de junio de 2009 en el Centro Universitario de la Ciénega.

Organicé el I Concurso de Fotoperiodismo “Revélate con imágenes”, que se llevó a cabo en el Centro Universitario de la Ciénega, junio de 2009.

Organicé la Conferencia Magistral “La nueva reforma electoral y su impacto en los noticiarios”, que impartió el Mtro. Gabriel Sosa Plata a estudiantes de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. 12 de febrero de 2009.

Organicé la “Charla entre Sanjuana Martínez y estudiantes de periodismo”. Centro Universitario de la Ciénega. 1 de diciembre de 2008.

Organicé el Curso de Titulación del calendario escolar 2008-B, al que se registraron 23 egresados de la Licenciatura en Periodismo. Mismos que se titularán en la modalidad de Examen Global Teórico Práctico en el siguiente semestre. Diciembre 2008 a enero de 2009.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en la LXVI Asamblea Ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizada los días 16 y 17 de octubre del 2008, en Ciudad Juárez, Chihuahua.

Colaboré en la organización del seminario: “Las Relaciones Públicas en la Comunicación Estratégica: Perspectivas para la profesión, la enseñanza y la investigación”. Llevado a cabo los días 19, 20 y 21 de febrero de 2008. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH). Universidad de Guadalajara.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en la LXV asamblea ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizada los días 6 y 7 de marzo del 2008, en Monterrey.

Colaboré en la organización de la mesa redonda: “Las transformaciones del periodismo”, con la participación de investigadores de la Universidad de Rennes I (Francia), de la Universidad de Brasilia (Brasil) y de la Universidad de Guadalajara. Llevado a cabo el jueves 8 de mayo de 2008, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Guadalajara.

Diseño curricular a nivel posgrado y licenciatura

Asesora disciplinar para los trabajos de Reforma Curricular del programa educativo Licenciatura en Periodismo de la Universidad de Guadalajara. Coordinación de Innovación Educativa y Pregrado. Agosto de 2011 a la fecha.

Participé como asesora experta disciplinar en las reuniones de trabajo para el diseño curricular de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de Guadalajara. Marzo – octubre de 2011.

Diseño del programa “Escritura para medios digitales”, que forma parte del programa educativo Maestría en Periodismo Digital, del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Aprobado por el Consejo General Universitario el 28 de Octubre de 2011.

Coordinadora de los trabajos para la Actualización del Plan Curricular de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. De agosto de 2009 a febrero de 2011.

Asesora disciplinar para la creación de la Maestría en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Enero-Diciembre de 2010.

Elaboré el programa “Investigación Periodística”. Licenciatura en Comunicación Pública. Aprobado por el Consejo General Universitario el 21 de Octubre de 2006 (Dictamen N. 1/2006/363). Universidad de Guadalajara CUCSH. División de Estudios de la Cultura. Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

Colaboré de enero a junio de 2006 como asistente de investigación documental en los trabajos de la Comisión para diseñar el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública. Aprobado por el Consejo General Universitario el 21 de Octubre de 2006 (Dictamen N. 1/2006/363). Universidad de Guadalajara. CUCSH. División de Estudios de la Cultura. Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

Actualizaciones a nivel profesional y disciplinar

Curso presencial "Periodismo de Vanguardia: La Cobertura Digital en el Siglo 21". Instituto de las Américas, La Jolla, California, Estados Unidos. 25 al 30 de septiembre de 2011.

Curso en línea "Desarrollo de proyectos en medios digitales" que impartió el Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas. EU. Mayo-Junio de 2011.

Curso en línea "Diseño educativo por competencias" organizado por el Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Del 6 de diciembre de 2009 a enero de 2010.

Curso en línea "El desafío y las oportunidades del periodismo digital" organizado por el Centro de Periodismo Digital de Guadalajara. Del 17 de enero al 28 de febrero de 2010.

Curso en línea "Herramientas Básicas para el Profesor en la Plataforma Moodle" organizado por el Programa Institucional de Capacitación y Actualización para la Superación Académica (PICASA) de la Universidad de Guadalajara, con una duración de 20 horas. Del 18 al 21 de enero de 2010.

Curso presencial "Socialización de indicadores de Acreditación CONAC" organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. Realizado el 7 de octubre de 2009 en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Seminario presencial "Formación de evaluadores", organizado por el Consejo de Acreditación de la Enseñanza de la Ingeniería. Realizado en el Centro Universitario de la Ciénega, durante septiembre de 2009.

Curso-taller presencial "Estrategias de enseñanza en metodología de la investigación". Del 13 al 16 de julio de 2009. Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara.

Curso presencial "Sistema ISO y su interpretación". Del 23 al 27 de marzo de 2009. Centro Universitario de la Ciénega. Programa de Formación y Capacitación del Personal Administrativo de la Universidad de Guadalajara.

Curso en línea "Cómo escribir para la Web". Impartido por Guillermo Franco. Organizado por la Fundación Knight para el Periodismo en las Américas y la Universidad de Texas, en Austin. Julio y agosto de 2009.

Curso en Línea “Herramientas digitales para el periodismo investigativo”. Impartido por Sandra Cruccianelli. organizado por la Fundación Knight para el Periodismo en las Américas y la Universidad de Texas, en Austin. Curso en línea: Septiembre-octubre de 2008.

Seminario presencial: “Las Relaciones Públicas en la Comunicación Estratégica: Perspectivas para la profesión, la enseñanza y la investigación”. 19, 20 y 21 de febrero de 2008, CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Curso presencial “Uso de la tecnología para enriquecer el aprendizaje”. Cursos de actualización para el personal docente que realiza el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). 27 de julio de 2007. (15 horas).

Participé en el Seminario Internacional en Gestión Gubernamental y Políticas Públicas para el Desarrollo. Organizado por el Instituto de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Guadalajara, 12, 13 y 14 de julio 2007. (21 horas en total).

Diplomado presencial Apreciación Cinematográfica. Diez módulos. Coordinación de Medios. Universidad de Guadalajara. Septiembre 1994 a Julio de 1995.

Tomé el taller La imagen de México en las literaturas y el cine europeo y estadounidense (sigloXX). Impartido por el doctor Friedhelm Schmidt (universidad Libre de Berlín) Departamento de Letras. UdeG. Diciembre de 1995.

Actividades profesionales extra-académicas

Editora del sitio de Internet del Centro de Formación en Periodismo Digital: www.centroperiodismodigital.org; febrero de 2011 a la fecha

Colaboradora del sitio francés de Internet *Sur le Journalisme* (www.surlejournalisme.com), donde varios investigadores difundimos información académica sobre periodismo. De mayo del 2008 a la fecha.

Editora de la sección Nacional en el diario *El Nuevo Siglo de Guadalajara*. Actividades realizadas: Planear y coordinar durante seis días a la semana la edición de los contenidos informativos de la sección. Periodo: Noviembre de 2004 a Abril de 2007.

Reportera. *Nayarit Opina Milenio*. Cubría las fuentes del Ejecutivo estatal, iniciativa privada y educación. Marzo de 2003 a Junio de 2004.

Coeditora en las secciones Televisión y Arte y Gente en el diario *Pública*. Funciones principales: editar notas informativas de las agencias de noticias y de reportajes escritos por reporteros. Noviembre de 1999 a julio de 2001.

Idiomas

Curso IELTS (International English Language Testing System). Richmond Adult Community College. Londres. Diciembre de 2002. Dominio escrito y hablado del 95 por ciento.

First Certificate in English. University of Cambridge. Local Examinations Syndicate. Certificate grade C. Junio de 2002. London, England.

Curriculum Israel Tonatiuh Lay Arellano

Datos Generales

Domicilio: Calle Sierra de Pihuamo Edificio Tenamaxtlán Departamento 13, Col. Infonavit Independencia, C.P. 44240, Guadalajara, Jalisco.

Teléfono: 36370345

RFC: LAAI750417DW9

e-mail: tonatiuh_lay@yahoo.com.mx y tonatiuh_lay@hotmail.com

A. EXPERIENCIA ACADÉMICA	DOCUMENTO
1.1.1.3 IMPARTICIÓN DE CURSOS A NIVEL POSGRADO	Impartición de materia Seminario de Investigación, UNIVER, cuatrimestre sep-dic 2003 y ene-abril 2004
	Profesor línea de fundamentación teórica, MEIPE, sede Ciudad Guzmán, feb-jul 2003
1.1.2.2 IMPARTICIÓN DE CURSOS DE EDUCACIÓN ABIERTA EN LICENCIATURA	Impartición materia Laboratorio de proyecto integrador de titulación (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Gestión de políticas culturales internacionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Análisis y diseño de políticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Evaluación de proyectos institucionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Laboratorio de proyecto integrador de titulación (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B
	Impartición materia Gestión de políticas culturales internacionales (T), Licenciatura en gestión

	cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), semestre 2010 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Intervención sociocultural (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Construcción del concepto de

	cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-

	UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A

	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A
1.1.2.4 DE ACTUALIZACIÓN	Las reformas a la legislación de medios (Radio, cine y TV): una mirada multidisciplinaria, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, noviembre de 2010.
1.1.2.6 IMPARTICIÓN DE CURSO DE FORMACIÓN DOCENTE	Impartición del curso Conceptualización y contextualización del programa educativo, SUV-UdeG, sep-oct 2009.
1.2.9. DISEÑO DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN ABIERTA	Diseño como experto disciplinar del curso en línea Gestión de políticas culturales internacionales, Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, mayo-agosto 2009
1.3.9 ELABORACIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL	Realización del video Por los caminos de la zona cañera
	Realización del video Las ciencias sociales tienen sentido
	Realización del video El Río
2.1.2 PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS Y PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN FINANCIADAS POR INSTITUCIONES EXTERNAS	Estancia posdoctoral en el Centro de Estudios de las Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, febrero de 2011 a la fecha.
	Estancia posdoctoral en el Centro de Estudios de las Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, febrero de 2010 a enero de 2011.
2.2.4 PRODUCTOS DE INVESTIGACIÓN DEMANDADOS Y FINANCIADOS POR EL	Investigación Salas cinematográficas y vida cotidiana en Jalisco, balance en el 2003-2004,

SECTOR PÚBLICO, PRIVADO O SOCIAL A TRAVES DE CONVENIOS INSTITUCIONALES.	Programa de Estímulos a la Creación y al Desarrollo Artístico, Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco, 2004.
	Investigación Salas cinematográficas, consumo y espacio urbano en Guadalajara 1980-2001, Fondo Estatal para la Cultura y las Artes de Jalisco, 2002.
2.3.2 LIBRO CIENTÍFICO INDIVIDUAL	Análisis del proceso de la iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica de 1998, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, 2005.
2.3.4.1 PONENTE	Coloquio Las asociaciones en México, Siglo XIX y XX, Universidad de Guanajuato, mayo de 2011.
	XXIII Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Mayo de 2011.
	Quinto encuentro semestral de metodología aplicada a la investigación en comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2011.
	Presentación del libro: Nuevo régimen jurídico de cine mexicano, Facultad de Ciencias políticas y sociales de la UNAM, noviembre de 2010.
	Coloquio "El desarrollo de la sociedad civil en México: un enfoque multidisciplinario", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, octubre de 2010.
	4to. Encuentro Nacional y 1er. Internacional sobre Estudios Sociales y Región, Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara, octubre de 2010.
	XV Encuentro Nacional CONEICC, Universidad Iberoamericana, octubre de 2010.

	X Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, septiembre de 2010.
	X Congreso sobre estudios del Tercer Sector, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, septiembre de 2010.
	Mesa de Análisis: La nueva legislación de medios, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, agosto de 2010.
	XXII Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Universidad Iberoamericana, junio de 2010.
	Foro Telecomunicaciones y legislación de medios, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2010.
	XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de sociología (ALAS), Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Argentina, septiembre de 2009.
	5 Coloquio Nacional de Historia del Cine Regional, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, julio de 2009.
	XXI Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, junio de 2009.
	XX Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Universidad Autónoma de Nuevo León, mayo de 2008.
	XIV Encuentro Nacional CONEICC, Universidad Veracruzana, octubre de 2007.

	XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, agosto de 2007.
	XIX Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, mayo de 2007.
	Congreso Estatal de Investigación Educativa, Secretaría de Educación Jalisco, diciembre de 2006.
	Encuentro "Los retos del posgrado", Secretaría de Educación Jalisco, octubre de 2006.
	III Coloquio Nacional de Historia del Cine Regional, Centro de Investigación y Estudios Cinematográficos, Universidad de Guadalajara, marzo de 2005.
	Coloquio Internacional cultura y libertad: Proyecto emancipador martiano, Centro de Estudios Martianos, La Habana, Cuba, abril de 2002.
	VIII Simposio Internacional sobre el Pensamiento Filosófico Latinoamericano, Universidad Central de Las Villas, Santa Clara, Cuba, enero de 2002.
	Segundo evento académico interdepartamental, CUCSH-UdeG, septiembre de 2001
	Primer evento académico interdepartamental, CUCSH.UdeG, junio de 2000.
	I Coloquio de historia del cine regional en México, XV muestra de cine mexicano en Guadalajara, marzo de 2000.
2.3.4.2 CONFERENCIA MAGISTRAL	La construcción de la sociedad civil en el espacio público, Jornadas de Comunicación, Universidad Autónoma de Querétaro, septiembre de 2011

	Wikileaks y Anonymous, ¿hacia la redefinición de la libertad en internet?, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, marzo de 2011.
	Sociedad civil, democracia y poderes fácticos en la discusión de la reforma a la Ley Federal de Radio y TV, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, mayo de 2010.
	La legislación en materia cinematográfica. Antecedentes y actualidad, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2010.
	Las Reformas a la Ley Federal de Radio y TV y a la Ley Federal de Telecomunicaciones, XV Encuentro Nacional de Estudiantes de Sociología, Facultad de Estudios Superiores Aragón-UNAM, mayo de 2008.
	Democracia deliberativa vs poderes fácticos en México, II Congreso Nacional de Estudiantes de Sociología, Universidad Autónoma del Estado de México, campus Zumpango, noviembre de 2007.
	El quehacer del científico social, Escuela preparatoria de Tonalá, SEMS-UdeG, mayo de 2003.
	El papel de la teoría social, Maestría en educación con Intervención en la práctica educativa, sede Ciudad Guzmán, Jalisco, marzo de 2003.
3.1.1 PARTICIPACIÓN EN EVENTOS CON PARTICIPACION. CONFERENCIA	Conferencia Plazas comerciales de la zona metropolitana, LVII Cursos de Información, Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan, 1974-2006, marzo de 2006.
	Las salas de cine en Guadalajara 1980-2000, Diplomado Rescate de identidad de la zona metropolitana de Guadalajara: Una propuesta

	pedagógica, diciembre de 2003.
3.2 ARTICULO DE DIVULGACION	Censuras y poderes fácticos, Revista zócalo, año XI, número 135, mayo de 2011.
	Medios, acumulación y poder. Revista Análisis Plural, Semestre 2 (2010), Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) marzo de 2011.
	La sociedad civil y la discusión de la legislación de medios, Revista Zócalo, año X Número 129, noviembre de 2010.
	Políticos defraudan a ciudadanos otra vez, Revista Zócalo, año X Número 124, junio de 2010.
	Las salas cinematográficas en Jalisco, Revista Ventana Interior, Centro Occidente, No. 39, CONACULTA, México, agosto de 2010.
3.4.2 LIBRO DE DIVULGACION COLECTIVO	Las plazas comerciales en Guadalajara. Publicado en: 35 años de historia 974-2009: libro conmemorativo de los cursos de información sobre Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan, H. Ayuntamiento de Guadalajara. Editor: Ramón Mata, 2009.
	Salas cinematográficas, consumo y espacio urbano en Guadalajara. En: Microhistorias del cine en México, Universidad de Guadalajara, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Mexicano de Cinematografía, Cineteca Nacional, Instituto Mora, México, 2000.
3.7 COORDINACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS ESPECIALIZADOS	Primera Reunión Académica de alumnos y asesores de la Licenciatura en Gestión Cultural, zona valle de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 27 y 28 de junio de 2011

	Coloquio "El desarrollo de la sociedad civil en México: un enfoque multidisciplinario", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, octubre de 2010.
	Foros de Consulta Ciudadana para la Elaboración del Programa Nacional de Derechos Humanos, Unidad para la promoción y defensa de los derechos humanos, Secretaría de Gobernación, octubre-diciembre de 2007.
3.9 ARBITRAJE DE ARTÍCULOS O LIBROS	Dictaminación de artículo "Against the wal(l): a postcolonial theory of Mexico, Wal-mart and the idea of progress" para la Revista Espiral del CUCSH, Julio de 2007.
4.3 PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN ARTÍSTICA	Proyección del cortometraje La Hacienda, Sección de video, XVII Muestra de Cine Mexicano en Guadalajara, marzo de 2002.
	Proyección del cortometraje La Hacienda, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., Guadalajara, Jalisco, diciembre de 2001.
	Presentación del cortometraje en video El Río, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., Guadalajara, Jalisco, noviembre de 2000.
4.5 GUIÓN DE CINE, RADIO, TEATRO, TELEVISIÓN O COREOGRAFÍA	Guión para medimetraje Estambul, febrero de 2008.
	Guión para medimetraje Pueblo de miel derramada, septiembre de 2001.
	Guión de TV La gran aventura del código Tochan, noviembre de 1991.
4.6 DIRECCIÓN Y/O EDICIÓN DE CINE, RADIO, TEATRO, CONJUNTOS MUSICALES, TELEVISIÓN O GRUPOS DE DANZA	Dirección del cortometraje La Hacienda, 2001.

5.2 COMO MIEMBRO DE LAS COMISIONES ACADÉMICAS DEL CONSEJO: GENERAL UNIVERSITARIO, DE ESCUELA O FACULTAD, O SU EQUIVALENTE	Integrante del Consejo de Centro (CUCSH) periodo 2002-2003
	Integrante del Consejo de Centro (CUCSH) periodo 2001-2002
5.4 PREMIOS O DISTINCIONES INSTITUCIONALES POR LA LABOR ACADÉMICA	Reconocimiento, XVII Ceremonia de reconocimiento y estímulo a estudiantes sobresalientes, abril de 1999.
B. FORMACIÓN ACADÉMICA	
4.3 TÍTULO DE LICENCIATURA	Título de licenciado en sociología por la Universidad de Guadalajara, mayo de 2000
7.2 GRADO DE MAESTRÍA	Título de maestría en ciencias sociales por la Universidad de Guadalajara, octubre de 2004.
8.2 GRADO DE DOCTORADO	Acta de titulación, marzo de 2009.
9 DOMINIO DE LENGUA DISTINTA A LA PROPIA	Certificado de inglés básico, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., abril de 1994.
	Diploma de inglés avanzado, Programa Universitario de Lenguas Extranjeras, Universidad de Guadalajara, diciembre de 1993.

5.2 COMO MIEMBRO DE LAS COMISIONES ACADÉMICAS DEL CONSEJO: GENERAL UNIVERSITARIO, DE ESCUELA O FACULTAD, O SU EQUIVALENTE	Integrante del Consejo de Centro (CUCSH) periodo 2002-2003
	Integrante del Consejo de Centro (CUCSH) periodo 2001-2002
5.4 PREMIOS O DISTINCIONES INSTITUCIONALES POR LA LABOR ACADÉMICA	Reconocimiento, XVII Ceremonia de reconocimiento y estímulo a estudiantes sobresalientes, abril de 1999.
B. FORMACIÓN ACADÉMICA	
4.3 TÍTULO DE LICENCIATURA	Título de licenciado en sociología por la Universidad de Guadalajara, mayo de 2000
7.2 GRADO DE MAESTRÍA	Título de maestría en ciencias sociales por la Universidad de Guadalajara, octubre de 2004.
8.2 GRADO DE DOCTORADO	Acta de titulación, marzo de 2009.
9 DOMINIO DE LENGUA DISTINTA A LA PROPIA	Certificado de inglés básico, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., abril de 1994.
	Diploma de inglés avanzado, Programa Universitario de Lenguas Extranjeras, Universidad de Guadalajara, diciembre de 1993.

	Coloquio "El desarrollo de la sociedad civil en México: un enfoque multidisciplinario", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, octubre de 2010.
	Foros de Consulta Ciudadana para la Elaboración del Programa Nacional de Derechos Humanos, Unidad para la promoción y defensa de los derechos humanos, Secretaría de Gobernación, octubre-diciembre de 2007.
3.9 ARBITRAJE DE ARTÍCULOS O LIBROS	Dictaminación de artículo "Against the wal(l): a postcolonial theory of Mexico, Wal-mart and the idea of progress" para la Revista Espiral del CUCSH, Julio de 2007.
4.3 PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN ARTÍSTICA	Proyección del cortometraje La Hacienda, Sección de video, XVII Muestra de Cine Mexicano en Guadalajara, marzo de 2002.
	Proyección del cortometraje La Hacienda, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., Guadalajara, Jalisco, diciembre de 2001.
	Presentación del cortometraje en video El Rio, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., Guadalajara, Jalisco, noviembre de 2000.
4.5 GUION DE CINE, RADIO, TEATRO, TELEVISIÓN O COREOGRAFÍA	Guión para medimetraje Estambul, febrero de 2008.
	Guión para medimetraje Pueblo de miel derramada, septiembre de 2001.
	Guión de TV La gran aventura del código Tochan, noviembre de 1991.
4.6 DIRECCIÓN Y/O EDICIÓN DE CINE, RADIO, TEATRO, CONJUNTOS MUSICALES, TELEVISIÓN O GRUPOS DE DANZA	Dirección del cortometraje La Hacienda, 2001.

	pedagógica, diciembre de 2003.
3.2 ARTICULO DE DIVULGACION	Censuras y poderes fácticos, Revista zócalo, año XI, número 135, mayo de 2011.
	Medios, acumulación y poder. Revista Análisis Plural, Semestre 2 (2010), Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) marzo de 2011.
	La sociedad civil y la discusión de la legislación de medios, Revista Zócalo, año X Número 129, noviembre de 2010.
	Políticos defraudan a ciudadanos otra vez, Revista Zócalo, año X Número 124, junio de 2010.
	Las salas cinematográficas en Jalisco, Revista Ventana Interior, Centro Occidente, No. 39, CONACULTA, México, agosto de 2010.
3.4.2 LIBRO DE DIVULGACION COLECTIVO	Las plazas comerciales en Guadalajara. Publicado en: 35 años de historia 1974-2009: libro conmemorativo de los cursos de información sobre Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan, H. Ayuntamiento de Guadalajara. Editor: Ramón Mata, 2009.
	Salas cinematográficas, consumo y espacio urbano en Guadalajara. En: Microhistorias del cine en México, Universidad de Guadalajara, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Mexicano de Cinematografía, Cineteca Nacional, Instituto Mora, México, 2000.
3.7 COORDINACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS ESPECIALIZADOS	Primera Reunión Académica de alumnos y asesores de la Licenciatura en Gestión Cultural, zona valle de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 27 y 28 de junio de 2011

	Wikileaks y Anonymous, ¿hacia la redefinición de la libertad en internet?, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, marzo de 2011.
	Sociedad civil, democracia y poderes fácticos en la discusión de la reforma a la Ley Federal de Radio y TV, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, mayo de 2010.
	La legislación en materia cinematográfica. Antecedentes y actualidad, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2010.
	Las Reformas a la Ley Federal de Radio y TV y a la Ley Federal de Telecomunicaciones, XV Encuentro Nacional de Estudiantes de Sociología, Facultad de Estudios Superiores Aragón-UNAM, mayo de 2008.
	Democracia deliberativa vs poderes fácticos en México, II Congreso Nacional de Estudiantes de Sociología, Universidad Autónoma del Estado de México, campus Zumpango, noviembre de 2007.
	El quehacer del científico social, Escuela preparatoria de Tonalá, SEMS-UdeG, mayo de 2003.
	El papel de la teoría social, Maestría en educación con intervención en la práctica educativa, sede Ciudad Guzmán, Jalisco, marzo de 2003.
3.1.1 PARTICIPACIÓN EN EVENTOS CON PARTICIPACION. CONFERENCIA	Conferencia Plazas comerciales de la zona metropolitana, LVII Cursos de información, Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan, 1974-2006, marzo de 2006.
	Las salas de cine en Guadalajara 1980-2000, Diplomado Rescate de identidad de la zona metropolitana de Guadalajara: Una propuesta

	XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, agosto de 2007.
	XIX Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, mayo de 2007.
	Congreso Estatal de Investigación Educativa, Secretaría de Educación Jalisco, diciembre de 2006.
	Encuentro "Los retos del posgrado", Secretaría de Educación Jalisco, octubre de 2006.
	III Coloquio Nacional de Historia del Cine Regional, Centro de Investigación y Estudios Cinematográficos, Universidad de Guadalajara, marzo de 2005.
	Coloquio Internacional cultura y libertad: Proyecto emancipador martiano, Centro de Estudios Martianos, La Habana, Cuba, abril de 2002.
	VIII Simposio Internacional sobre el Pensamiento Filosófico Latinoamericano, Universidad Central de Las Villas, Santa Clara, Cuba, enero de 2002.
	Segundo evento académico interdepartamental, CUCSH-UdeG, septiembre de 2001
	Primer evento académico interdepartamental, CUCSH.UdeG, junio de 2000.
	I Coloquio de historia del cine regional en México, XV muestra de cine mexicano en Guadalajara, marzo de 2000.
2.3.4.2 CONFERENCIA MAGISTRAL	La construcción de la sociedad civil en el espacio público, Jornadas de Comunicación, Universidad Autónoma de Querétaro, septiembre de 2011

	X Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, septiembre de 2010.
	X Congreso sobre estudios del Tercer Sector, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, septiembre de 2010.
	Mesa de Análisis: La nueva legislación de medios, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, agosto de 2010.
	XXII Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Universidad Iberoamericana, junio de 2010.
	Foro Telecomunicaciones y legislación de medios, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2010.
	XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de sociología (ALAS), Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Argentina, septiembre de 2009.
	5 Coloquio Nacional de Historia del Cine Regional, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, julio de 2009.
	XXI Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, junio de 2009.
	XX Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Universidad Autónoma de Nuevo León, mayo de 2008.
	XIV Encuentro Nacional CDNEICC, Universidad Veracruzana, octubre de 2007.

SECTOR PÚBLICO, PRIVADO O SOCIAL A TRAVÉS DE CONVENIOS INSTITUCIONALES.	Programa de Estímulos a la Creación y al Desarrollo Artístico, Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco, 2004.
	Investigación Salas cinematográficas, consumo y espacio urbano en Guadalajara 1980-2001, Fondo Estatal para la Cultura y las Artes de Jalisco, 2002.
2.3.2 LIBRO CIENTÍFICO INDIVIDUAL	Análisis del proceso de la iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica de 1998, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, 2005.
2.3.4.1 PONENTE	Coloquio Las asociaciones en México, Siglo XIX y XX, Universidad de Guanajuato, mayo de 2011.
	XXIII Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Mayo de 2011.
	Quinto encuentro semestral de metodología aplicada a la investigación en comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2011.
	Presentación del libro: Nuevo régimen jurídico de cine mexicano, Facultad de Ciencias políticas y sociales de la UNAM, noviembre de 2010.
	Coloquio "El desarrollo de la sociedad civil en México: un enfoque multidisciplinario", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, octubre de 2010.
	4to. Encuentro Nacional y 1er. Internacional sobre Estudios Sociales y Región, Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara, octubre de 2010.
	XV Encuentro Nacional CONEICC, Universidad Iberoamericana, octubre de 2010.

	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A
1.1.2.4 DE ACTUALIZACIÓN	Las reformas a la legislación de medios (Radio, cine y TV): una mirada multidisciplinaria, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, noviembre de 2010.
1.1.2.6 IMPARTICIÓN DE CURSO DE FORMACIÓN DOCENTE	Impartición del curso Conceptualización y contextualización del programa educativo, SUV-UdeG, sep-oct 2009.
1.2.9. DISEÑO DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN ABIERTA	Diseño como experto disciplinar del curso en línea Gestión de políticas culturales internacionales, Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, mayo-agosto 2009
1.3.9 ELABORACIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL	Realización del video Por los caminos de la zona cañera
	Realización del video Las ciencias sociales tienen sentido
	Realización del video El Río
2.1.2 PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS Y PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN FINANCIADAS POR INSTITUCIONES EXTERNAS	Estancia posdoctoral en el Centro de Estudios de las Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, febrero de 2011 a la fecha.
	Estancia posdoctoral en el Centro de Estudios de las Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, febrero de 2010 a enero de 2011.
2.2.4 PRODUCTOS DE INVESTIGACIÓN DEMANDADOS Y FINANCIADOS POR EL	Investigación Salas cinematográficas y vida cotidiana en Jalisco, balance en el 2003-2004,

	UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A

	cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-

	cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), semestre 2010 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Intervención sociocultural (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Construcción del concepto de

Curriculum Israel Tonatiuh Lay Arellano

Datos Generales

Domicilio: Calle Sierra de Pihuamo Edificio Tenamaxtlán Departamento 13, Col. Infonavit Independencia, C.P. 44240, Guadalajara, Jalisco.

Teléfono: 36370345

RFC: LAAI750417DW9

e-mail: tonatiuh_lay@yahoo.com.mx y tonatiuh_lay@hotmail.com

A. EXPERIENCIA ACADÉMICA	DOCUMENTO
1.1.1.3 IMPARTICIÓN DE CURSOS A NIVEL POSGRADO	Impartición de materia Seminario de Investigación, UNIVER, cuatrimestre sep-dic 2003 y ene-abril 2004
	Profesor línea de fundamentación teórica, MEIPE, sede Ciudad Guzmán, feb-jul 2003
1.1.2.2 IMPARTICIÓN DE CURSOS DE EDUCACIÓN ABIERTA EN LICENCIATURA	Impartición materia Laboratorio de proyecto integrador de titulación (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Gestión de políticas culturales internacionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Análisis y diseño de políticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Evaluación de proyectos institucionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Laboratorio de proyecto integrador de titulación (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B
	Impartición materia Gestión de políticas culturales internacionales (T), Licenciatura en gestión

Idiomas

Curso IELTS (International English Language Testing System). Richmond Adult Community College. Londres. Diciembre de 2002. Dominio escrito y hablado del 95 por ciento.

First Certificate in English. University of Cambridge. Local Examinations Syndicate. Certificate grade C. Junio de 2002. London, England.

Curso en Línea "Herramientas digitales para el periodismo investigativo". Impartido por Sandra Crucianelli. organizado por la Fundación Knight para el Periodismo en las Américas y la Universidad de Texas, en Austin. Curso en línea: Septiembre-octubre de 2008.

Seminario presencial: "Las Relaciones Públicas en la Comunicación Estratégica: Perspectivas para la profesión, la enseñanza y la investigación". 19, 20 y 21 de febrero de 2008, CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Curso presencial "Uso de la tecnología para enriquecer el aprendizaje". Cursos de actualización para el personal docente que realiza el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). 27 de julio de 2007. (15 horas).

Participé en el Seminario Internacional en Gestión Gubernamental y Políticas Públicas para el Desarrollo. Organizado por el Instituto de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Guadalajara, 12, 13 y 14 de julio 2007. (21 horas en total).

Diplomado presencial Apreciación Cinematográfica. Diez módulos. Coordinación de Medios. Universidad de Guadalajara. Septiembre 1994 a Julio de 1995.

Tomé el taller La imagen de México en las literaturas y el cine europeo y estadounidense (sigloXX). Impartido por el doctor Friedhelm Schmidt (universidad Libre de Berlín) Departamento de Letras. UdeG. Diciembre de 1995.

Actividades profesionales extra-académicas

Editora del sitio de Internet del Centro de Formación en Periodismo Digital: www.centroperiodismodigital.org; febrero de 2011 a la fecha

Colaboradora del sitio francés de Internet *Sur le Journalisme* (www.surlejournalisme.com), donde varios investigadores difundimos información académica sobre periodismo. De mayo del 2008 a la fecha.

Editora de la sección Nacional en el diario *El Nuevo Siglo de Guadalajara*. Actividades realizadas: Planear y coordinar durante seis días a la semana la edición de los contenidos informativos de la sección. Periodo: Noviembre de 2004 a Abril de 2007.

Reportera. *Nayarit Opina Milenio*. Cubría las fuentes del Ejecutivo estatal, iniciativa privada y educación. Marzo de 2003 a Junio de 2004.

Coeditora en las secciones Televisión y Arte y Gente en el diario *Pública*. Funciones principales: editar notas informativas de las agencias de noticias y de reportajes escritos por reporteros. Noviembre de 1999 a julio de 2001.

Colaboré de enero a junio de 2006 como asistente de investigación documental en los trabajos de la Comisión para diseñar el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública. Aprobado por el Consejo General Universitario el 21 de Octubre de 2006 (Dictamen N. 1/2006/363). Universidad de Guadalajara. CUCSH. División de Estudios de la Cultura. Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

Actualizaciones a nivel profesional y disciplinar

Curso presencial "Periodismo de Vanguardia: La Cobertura Digital en el Siglo 21". Instituto de las Américas, La Jolla, California, Estados Unidos. 25 al 30 de septiembre de 2011.

Curso en línea "Desarrollo de proyectos en medios digitales" que impartió el Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas. EU. Mayo-Junio de 2011.

Curso en línea "Diseño educativo por competencias" organizado por el Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Del 6 de diciembre de 2009 a enero de 2010.

Curso en línea "El desafío y las oportunidades del periodismo digital" organizado por el Centro de Periodismo Digital de Guadalajara. Del 17 de enero al 28 de febrero de 2010.

Curso en línea "Herramientas Básicas para el Profesor en la Plataforma Moodle" organizado por el Programa Institucional de Capacitación y Actualización para la Superación Académica (PICASA) de la Universidad de Guadalajara, con una duración de 20 horas. Del 18 al 21 de enero de 2010.

Curso presencial "Socialización de indicadores de Acreditación CONAC" organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. Realizado el 7 de octubre de 2009 en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Seminario presencial "Formación de evaluadores", organizado por el Consejo de Acreditación de la Enseñanza de la Ingeniería. Realizado en el Centro Universitario de la Ciénega, durante septiembre de 2009.

Curso-taller presencial "Estrategias de enseñanza en metodología de la investigación". Del 13 al 16 de julio de 2009. Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara.

Curso presencial "Sistema ISO y su interpretación". Del 23 al 27 de marzo de 2009. Centro Universitario de la Ciénega. Programa de Formación y Capacitación del Personal Administrativo de la Universidad de Guadalajara.

Curso en línea "Cómo escribir para la Web". Impartido por Guillermo Franco. Organizado por la Fundación Knight para el Periodismo en las Américas y la Universidad de Texas, en Austin. Julio y agosto de 2009.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en la LXVI Asamblea Ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizada los días 16 y 17 de octubre del 2008, en Ciudad Juárez, Chihuahua.

Colaboré en la organización del seminario: "Las Relaciones Públicas en la Comunicación Estratégica: Perspectivas para la profesión, la enseñanza y la investigación". Llevado a cabo los días 19, 20 y 21 de febrero de 2008. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH). Universidad de Guadalajara.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en la LXV asamblea ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizada los días 6 y 7 de marzo del 2008, en Monterrey.

Colaboré en la organización de la mesa redonda: "Las transformaciones del periodismo", con la participación de investigadores de la Universidad de Rennes I (Francia), de la Universidad de Brasilia (Brasil) y de la Universidad de Guadalajara. Llevado a cabo el jueves 8 de mayo de 2008, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Guadalajara.

Diseño curricular a nivel posgrado y licenciatura

Asesora disciplinar para los trabajos de Reforma Curricular del programa educativo Licenciatura en Periodismo de la Universidad de Guadalajara. Coordinación de Innovación Educativa y Pregrado. Agosto de 2011 a la fecha.

Participé como asesora experta disciplinar en las reuniones de trabajo para el diseño curricular de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de Guadalajara. Marzo – octubre de 2011.

Diseño del programa "Escritura para medios digitales", que forma parte del programa educativo Maestría en Periodismo Digital, del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Aprobado por el Consejo General Universitario el 28 de Octubre de 2011.

Coordinadora de los trabajos para la Actualización del Plan Curricular de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. De agosto de 2009 a febrero de 2011.

Asesora disciplinar para la creación de la Maestría en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Enero-Diciembre de 2010.

Elaboré el programa "Investigación Periodística". Licenciatura en Comunicación Pública. Aprobado por el Consejo General Universitario el 21 de Octubre de 2006 (Dictamen N. 1/2006/363). Universidad de Guadalajara CUCSH. División de Estudios de la Cultura. Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

Actividades de vinculación y gestión académica

Organicé la conferencia magistral “La dimensión sonora de la comunicación mediática”, que impartió el Dr. Ángel Rodríguez Bravo a estudiantes de la Licenciatura en Periodismo. En el Centro Universitario de la Ciénega. 27 de noviembre de 2009.

Organicé la presentación del libro *De realidades, ficciones y otras noticias. Estudios sobre reportajes ejemplares*. Del autor José Garza. En el auditorio Mario Rivas Souza. Centro Universitario de la Ciénega. 2 de diciembre de 2009.

Organicé el II Concurso de Fotoperiodismo “Revélate con imágenes”, que se llevó a cabo en el Centro Universitario de la Ciénega, el día 11 de diciembre de 2009.

Organicé las V Jornadas de Periodismo, que se llevaron a cabo los días 20, 21 y 22 de octubre de 2009, en el Centro Universitario de la Ciénega, en Ocotlán, Jalisco.

Como presidenta del Comité de Titulación he organizado cuatro cursos de titulación y gestioné la tramitación las Actas de Titulación de los egresados de la Licenciatura en Periodismo, en el Centro Universitario de la Ciénega. Desde septiembre del 2008 a junio de 2010.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en las LXVIII y LXVII Asambleas Ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizadas los días 12 y 13 de marzo del 2009, en Tlaxcala; y 7 y 8 de octubre del 2009, en Villahermosa, Tabasco.

Organicé la “Reunión Internacional de Análisis sobre las Perspectivas del Periodismo Digital en el Contexto de las carreras de periodismo del Cusur y del Cuciénega”. Llevada a cabo el 17 de junio de 2009 en el Centro Universitario de la Ciénega.

Organicé el I Concurso de Fotoperiodismo “Revélate con imágenes”, que se llevó a cabo en el Centro Universitario de la Ciénega, junio de 2009.

Organicé la Conferencia Magistral “La nueva reforma electoral y su impacto en los noticiarios”, que impartió el Mtro. Gabriel Sosa Plata a estudiantes de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. 12 de febrero de 2009.

Organicé la “Charla entre Sanjuana Martínez y estudiantes de periodismo”. Centro Universitario de la Ciénega. 1 de diciembre de 2008.

Organicé el Curso de Titulación del calendario escolar 2008-B, al que se registraron 23 egresados de la Licenciatura en Periodismo. Mismos que se titularán en la modalidad de Examen Global Teórico Práctico en el siguiente semestre. Diciembre 2008 a enero de 2009.

Profesora de Tiempo Completo de la Universidad de Guadalajara. Desde septiembre del 2007 imparto cursos en las Licenciaturas de Periodismo y Comunicación Pública, y en el Centro de Formación en Periodismo Digital:

Taller de Prensa II. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. Impartida 4 semestres. Agosto 2008, hasta la fecha.

Taller de Prensa I. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. Un semestre y hasta la fecha.

Periodismo de Investigación. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Política y Sociedad. Cuciénega. Centro Universitario de la Ciénega. 6 semestres. Agosto 2007, junio 2010.

Seminario de Teorías y Técnicas de la Investigación Periodística. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. 2 semestres. Agosto 2009-Junio 2010.

Géneros Periodísticos. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Dep. de Estudios de la Comunicación Social. Agosto 2009-Enero 2010.

Periodismo Económico y Financiero. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Estudios Económico e Internacionales. Centro Universitario de la Ciénega. 5 semestres. Agosto 2007- Enero 2010.

Investigación Periodística. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Impartida dos semestres.

Comunicación Escrita. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. Impartida dos semestres.

Otras instituciones educativas

Historia del Arte. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). División de Enseñanza Media Superior. Agosto-Diciembre de 2007.

Historia del Arte. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Centro Universitario Guadalajara Lamar. Agosto de 1996 a Diciembre de 1998.

Comunicación y Literatura. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Centro Universitario Guadalajara Lamar. Agosto de 1996 a Diciembre de 1998.

Actividades de divulgación y difusión del conocimiento

Moderadora de la mesa “Ética y responsabilidad social del periodismo en tiempos de cambio”. En el Museo del Periodismo y las Artes Gráficas (MUPAG). Organizado por el Sistema de Universidad Virtual, Fundación Manuel Buendía y MUPAG. 21 de octubre de 2011.

Moderadora de la mesa “Periodismo digital en América Latina”. En V Jornadas de Periodismo. 21 de octubre de 2009, Centro Universitario de la Ciénega.

Moderadora de la mesa “Periodismo ambiental en la era digital”. En el IV Encuentro Internacional de Periodistas, durante la Feria Internacional del Libro de Guadalajara. 5 de diciembre de 2008. Universidad de Guadalajara.

Ponente en la mesa redonda “Las transformaciones del periodismo”, con investigadores de la Universidad de Rennes I (Francia), de la Universidad de Brasilia (Brasil) y de la Universidad de Guadalajara. 8 de mayo de 2008, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH). Universidad de Guadalajara.

Ponente en el Décimo Congreso IBERCOM, ¿Identidad Iberoamericana?, organizado por la Asociación Iberoamericana de Comunicación. Ponencia: Relaciones prensa-gobierno en Tepic: Un acercamiento a prácticas dominantes en el periodismo mexicano. 22 de noviembre de 2007. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Guadalajara.

Impartí la conferencia “Estudios sobre la relación medios-poder político” a estudiantes de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Querétaro. Querétaro, 1 de junio de 2007.

Lecturas y dictámenes de artículos científicos

Dictaminé el artículo: “Quem faz a notícia no parlamento brasileiro? Análise comparativa das rotinas dos newsmakers do Senado Federal”, para su publicación en la revista *Comunicação y Sociedad*. Enero del 2009.

Dictaminé el artículo: “El fin de la armonía, la crisis dentro de la Cooperativa Excelsior, 1965”, para evaluar las aportaciones del escrito al campo del periodismo y ver si aceptaba en la revista *Comunicação y Sociedad*. Julio del 2008.

Docencia

Occidente. Resultado: tesis de licenciatura *Libros devotos en Guadalajara, dos ediciones de Manojito de Flores*. Examen Profesional realizado el 12 de enero de 1999.

Auxiliar en el Programa de Investigación Teatral "Juan José Arreola". En total se prestaron 900 horas de labores que fueron reconocidas como Servicio Social para la Universidad de Guadalajara. CUCSH, División de Estudios Históricos y Humanos. Departamento de Letras. Abril de 1995 a junio de 1996.

Auxiliar de investigación en el programa "Motivación a la Investigación para Estudiantes Sobresalientes". Documenté y redacte parte de la base de datos para el "Índice Bio-Filmográfico de Cineastas Mexicanos", proyecto dirigido por el Dr. Eduardo de la Vega Alfaro. Universidad de Guadalajara. Coordinación de Medios. Marzo 1994-febrero 1995.

Publicaciones

Autora del artículo: "Urgente acotar atraso en telecomunicaciones". Publicado en *La Gaceta de la Universidad de Guadalajara*. 28 de junio de 2010.

Autora del libro: *Relaciones prensa-gobierno en Tepic. Una caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Editorial cucsh-udg, enero del 2010.

Autora del artículo científico: "Modelos teóricos sobre la relación medios-Estado. Un mapa conceptual para analizar la relación prensa poder-público", en el libro *Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Editorial cucsh-udg, junio de 2010.

Coautora del artículo científico: "Franchises journalistiques et synergies productives dans la presse mexicaine". En el libro *Figures du Journalisme*. Dirigido por Dominique Augey, Francois Demers y Jean-Francois Tétu. Canadá 2008: Les Presses de l'Université Laval.

Autora del artículo de divulgación cultural: "Por los caminos reales de Ixtlán". Periódico *Nayarit Opina Milenio*. Tepic, Nayarit. Jueves 5 de febrero de 2004.

Autora de nueve ensayos: "De Huidobro a Neruda", "Gabriela Mistral y el Ansia de Vivir", "La obra rulfiana en el cine", "Vicente Huidobro: hacedor de realidades", "César Vallejo y la desolación", "El paisaje de la muerte en la obra de Xavier Villaurrutia", "La música inefable de San Juan de la Cruz", "Nicanor Parra y la desmitificación de la poesía", y "La novela caballeresca, pastoril y picaresca en el siglo XVI". De febrero a octubre de 1998. En la revista cultural *Criterios*. Guadalajara, Jalisco.

Líneas de investigación:

1. Estudios sobre periodismo, comunicación política y consumo mediático.
2. Relaciones prensa-poder y análisis de prácticas periodísticas.

Grupos y redes de investigación: Red de Estudios Sobre Periodismo (REJ). Página de internet *Sur le Journalisme* (<http://www.surlejournalisme.com>).

Proyecto de investigación en curso:

Colaboradora del proyecto *Worlds of Journalisms: The Mexican case* (Culturas periodísticas el caso mexicano). Financiado por la Fundación Alemana para la Investigación (German Research Foundation, DFG) y la Fundación Nacional de Suiza para la Ciencia (Swiss National Science Foundation, SNSF).

Objetivo general

Explorar la vigencia de la “cultura universal del periodismo” en el contexto mexicano, para “mapear” las variaciones que el concepto “cultura del periodismo” tiene en diversas naciones, considerando los diferentes tipos de organizaciones de medios, prácticas individuales y factores contextuales. Página web del proyecto: www.worldsofjournalisms.org

Otras investigaciones

Colaboración durante el 2007 y 2008 en el proyecto “Modelos de financiamiento en el periodismo mexicano”. Dirigido por la Dra. María Elena Hernández Ramírez. Proyecto con registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Participación como investigadora asistente, durante el periodo Junio-Diciembre de 2005, en el proyecto de investigación “Franquicias periodísticas y sinergias productivas: hacia nuevos modelos de financiamiento en el periodismo mexicano”, dirigido por la Dra. María Elena Hernández Ramírez. El proyecto tiene registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Auxiliar en el proyecto de investigación “Consumo de la Prensa en el Occidente de México” (el caso de Jalisco), que dirigió el Mtro. Pablo Arredondo Ramírez. Proyecto con registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara. 2005 y 2006.

Auxiliar de investigación en el proyecto de investigación “Comunicación y transición Política en México”, dirigido por el Mtro. Pablo Arredondo Ramírez. Universidad de Guadalajara. 2005.

Colaboradora en el proyecto de investigación “Las prácticas de la lectura y la escritura en la Nueva Galicia”, dirigido por la doctora Carmen Castañeda. Registrado en el CIESAS

Presidenta del Comité de Titulación de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. De septiembre de 2008 a la fecha.

Representante institucional de la Licenciatura en Periodismo, de la Universidad de Guadalajara, ante el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). De marzo del 2008.

Premios, becas y distinciones

“Reconocimiento a Perfil Deseable”, que otorga la Secretaría de Educación Pública, a través del Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP). Julio de 2009-Agosto 2012.

PRIMER LUGAR en el Premio Nacional de Tesis de Maestría, que otorga el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), con la tesis “Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia la caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México”. Octubre del 2008.

Beneficiaria de la beca “Apoyo a la Incorporación de Nuevos Profesores de Tiempo Completo”, que otorga la Secretaría de Educación Pública, a través del Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP). Septiembre 2008 a Marzo de 2010.

Premio Estatal de Periodismo 2004 en el género de entrevista. Otorgado por la Universidad Autónoma de Nayarit y el Instituto Tecnológico de Tepic. 7 de junio de 2004.

Mención Honorífica en el género de crónica en el Premio Estatal de Periodismo 2004. Otorgado por la Universidad Autónoma de Nayarit y el Instituto Tecnológico de Tepic. 7 de junio de 2004.

Becaria del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), para cursar la Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara. Febrero a Junio del 2006.

Investigaciones

Cuerpo Académico: Estudios sobre periodismo, comunicación política y consumo mediático.

Identificación del CA: UDG-CA-407

IES: Universidad de Guadalajara. Consolidación: En formación

Currículum Rosalía Orozco Murillo

Nacionalidad: Mexicana
RFC: OOMR710831-JU4
Mail: orozmur@hotmail.com
Teléfono: 3311 652608

Perfil profesional:

Experiodista. Académica de Tiempo Completo en la Universidad de Guadalajara. Investigadora, especialista e interesada en estudiar los temas relacionados con el periodismo, su cultura, sus transformaciones y relaciones.

Formación académica

Maestría en Comunicación. Universidad de Guadalajara (2004-2006). Grado obtenido mediante la modalidad de examen profesional el 25 de julio de 2007. Título de la tesis: *Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia la caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México*. Directora: doctora María Elena Hernández Ramírez. Programa adscrito al padrón de excelencia del CONACYT.

Licenciatura en Letras. Universidad de Guadalajara (1991-1995). Título obtenido mediante la modalidad de examen profesional el 12 de enero de 1999. Tesis: *Libros devotas en Guadalajara, dos ediciones de Manajito de Flores*. Investigación realizada con el apoyo del CONACYT durante los años 1997-1998. Directora de la tesis: doctora Carmen Castañeda.

Cargos académicos

Jefe del Centro de Formación en Periodismo Digital. Sistema de Universidad Virtual. Universidad de Guadalajara. Desde febrero de 2011 a la fecha.

Presidenta de la Academia de Periodismo y Nuevas Tecnologías. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. De marzo del 2009 a la fecha.

Coordinadora del Programa Educativo de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. Universidad de Guadalajara. Septiembre de 2008 a Enero de 2011.

*Seminario "Enseñanza de la lectura, una visión comunicativa", LIUMUSA, Encuentro Nacional de Enseñanza, Guadalajara, Jalisco, marzo de 2001.

*Programa "*Vinculación Industrias Comunicacionales - Sector Privado*", UNIVA / Patronato para el Desarrollo Empresarial Mexicano, Jóvenes Emprendedores A.C. Enero – junio 1995.

*Seminario "Literatura Comparada", Programa literario XII Feria Internacional del Libro, Departamento de Letras, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, diciembre de 1998.

*Programa de Licenciatura en letras hispánicas, Universidad de Guadalajara, septiembre – febrero de 1998.

PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

Consejo de Carrera de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ITESO, 2002

* Aceptación como Alumno Convocatoria 2008 – 211, Doctorado en Ciencias Sociales – Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS Occidente). 56 concursantes, 9 aceptados nacionales. Doctorado inscrito en el Programa Nacional de Exoelencia CONACyT. Invitación declinada por desaparición de línea institucional de investigación. 11 de agosto 2008.

* Finalista en competencias nacional abierta por la plaza de Profesor-Investigador Tiempo Completo, Licenciatura en Comunicación, Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México. (Invitación declinada por compromiso institucional irrevocable). 18 de julio 2008.

* Becario de investigación del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI). Cuerpo Académico Televisión, Historia, Producción y Recepción, Universidad de Guadalajara Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Guadalajara, Jal, 2006 – 2008.

* Beca de Exoelencia en Apoyo al Posgrado, CONACyT, Maestría en Comunicación, Universidad de Guadalajara.

* Puntaje reportado en Examen Nacional de Posgrados CENEVAL EXANI III: 1,155 puntos. Mayo de 2006.

* Beca Parcial a Compromiso Académico, Licenciatura en Comunicación, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)

* Invitación a fungir como Investigador Educativo (declinada), Museo Interactivo El Trompo Mágico, Gobierno del Estado de Jalisco, Guadalajara, Jal., Marzo 2005.

* 2° Lugar en el CONCURSO ESTATAL DE CONOCIMIENTOS DGETI – 1997 representando a la Universidad del Valle de Atemajac, UNIVA.

* 2° Lugar en el concurso de cuento corto UNIVA, 1995.

FORMACION MENOR

*Curso de posgrado "Análisis de datos cualitativos en interfaces ATLAS T.I.", Federación Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Buenos Aires, Argentina, julio de 2010.

*Seminario de Especialización "Ciberculturas". Dr. Klaus Bhrun Jensen, Universidad de Copenhagen. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, enero de 2008.

*Cátedra de Investigadores Nacionales / Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva / Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, primer semestre de 2006.

*Seminario Procesos cognitivos en la lengua inglesa "Superthink", Houghton Muffin International, 2002.

Responsabilidad: asistente de investigación. "Pedagogía de la televidencia noticiosa". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (2003-2004).

Responsabilidad: asistente de investigación. "Percepciones, apropiaciones y usos de las noticias televisivas por familias mexicanas". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (2002-2003).

TUTORÍAS ACADÉMICAS

Director de tesis. Alumna: Alma Celia Galindo Núñez. Tesis en proceso. Maestría en gestión y desarrollo social, Universidad de Guadalajara. Cal. 2010 - B- hasta la fecha.

Lector de coloquio. Alumna: Alma Celia Galindo Núñez. Maestría en gestión y desarrollo social, Universidad de Guadalajara. Diciembre, 2010.

Tutor académico (3° semestre), Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Febrero – julio 2011.

Tutor servicio social (7° semestre), Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Febrero – julio 2011.

Director de proyecto de titulación. Alumna: Luz Cirenia Ontiveros. Proyecto de titulación. Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara. Calendario 2010 – B.

Sinodal. Examen profesional, alumno: Hugo García Díaz. Tesis: "La recepción televisiva del fútbol-pantalla en espacios comerciales". Maestría en Comunicación, Departamento de Estudio de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. 24 de enero de 2011.

Sinodal. Examen profesional, alumna: Citlalli González Ponce. Tesis: "Fotografía y contexto comunicativo: la lectura fotográfica en niños de Aguascalientes y Ocumicho, Michoacán". Maestría en Comunicación, Departamento de Estudio de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. 14 de septiembre de 2010.

Asesor de tesis. Alumna: Rocío del Carmen Ascencio Jaime. Tesis: "Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva: una mirada al fenómeno de las telenovelas mexicanas como aproximación a la observación de la violencia". Licenciatura en Sociología, Universidad de Guadalajara, México. Enero de 2008.

Sinodal. Examen profesional, alumno: Alejandro Huízar Moreno, Reporte de prácticas en campo. Licenciatura en Sociología, Universidad de Guadalajara. 2 de junio de 2006.

DISTINCIONES

*Invitación a pertenecer, en calidad de especialista, al Directorio de Especialistas del Programa de Diplomado en Tecnologías de Información y Comunicación, UNAM, México, 6 de junio de 2009

***Asistencia logística en el Panel "Al filo de las pantallas. Educación en la era de la visualidad tecnificada", VII Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara", noviembre de 2003.**

***Asistencia logística en el VI Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre 2002.**

PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN DE MÁS DE UN AÑO DE DURACIÓN

Coordinador de proyecto y equipo de trabajo. "Desarrollo de comunicación institucional para Jalisco Hambre Cero A.C." Jalisco Hambre Cero / Banco de Alimentos / Licenciatura en Comunicación Pública, Universidad de Guadalajara (Diciembre 2010 -)

Co-coordinador de proyecto y equipo de trabajo. "Observatorios de televisión en la escuela: un espacio para desarrollar la interacción crítica y creativa de docentes y estudiantes con las pantallas (montado en 10 escuelas de Jalisco). Titular Dr. Guillermo Orozco, Consejo estatal de Ciencia y Tecnología de Jalisco (COECyTJAL) –U de G, Televidencias A.C. (diciembre 2010 – marzo 2011).

Co-coordinador de proyecto. "¡Apantállate! La interacción educativa de jóvenes con las pantallas. Titular Dr. Guillermo Orozco, Televidencias, A.C. (2008-).

Administrador de proyecto binacional. "Difusión internacional de buenas prácticas de divulgación científica hechas en Jalisco, México y Trieste, Italia". Titular: Dr Guillermo Orozco, COECyTJAL – Televidencias A.C. (2008-2008).

Investigador Titular: "El espacio público de la WEB en la transnacionalización de comunidades México Estados Unidos", Investigación posgradual, CONACyT, Universidad de Guadalajara (2006-2008).

Responsabilidad: asistente de investigación. "Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva" (OBITEL). Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario Ciencias Sociales y Humanidades, Un. de Guadalajara. (2005-2008).

Responsabilidad: asistente de investigación. "Jóvenes y usos sociales de Internet. Investigación comparativa entre Montreal, Guadalajara y Cuernavaca". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Univ. de Guadalajara - Universidad de Montréal (2006-2008).

Responsabilidad: asistente de investigación. "Maneras de estar y de ser y medios de aprender frente y más allá de las pantallas". Titular: Dr. Guillermo Orozco Universidad de Guadalajara, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades(2004-2006).

Ponente. Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) 2008. Ponencia "De la red a la acción: la diáspora virtual mexicoamericana desde de la perspectiva del capital social", Monterrey, 6 – 9 de mayo de 2008.

Ponente. VI encuentro Internacional de la Unión Latina de la Economía Política para la Información la Cultura y la Comunicación (ULEP-ICC). Ponencia "Sitios de oriundos" en la WEB: la diáspora mexico-americana y algunos usos sociales de la Internet como nuevos mecanismos de producción de capital social", México, Noviembre 2007.

Ponente. X Congreso Internacional del IBERCOM "Identidad Iberoamericana. Comunicar la unidad de la diversidad". Ponencia "Los sitios de oriundos": una visión de la diáspora mexicana y sus usos sociales de la WEB desde el enfoque del capital social", Guadalajara, 21 y 22 de noviembre de 2007.

Ponente. Encuentro Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Ponencia "Los usos sociales desde el capital social. El caso de la diáspora mexicana y el surgimiento de los "sitios de oriundos en la WEB" 16,17 y 18 de octubre de 2007.

Ponente. Encuentro de Comunicación 2002. Ponencia "Campo comunicativo: experiencias, retos y encuentros", Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2002.

Ponente y Coordinador del Panel. Jornadas de Comunicación 2001 "Comunicación, estudiantes y futuros profesionales", Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2001

Ponente. Jornadas de Comunicación 2001. Ponencia: "Comunicación, jóvenes practicantes y campo académico". Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2001

Ponente. Coloquio "Los procesos de comunicación y salud en el adolescente", Semana de Comunicación CECyTVA – UNIVA, Universidad del Valle de Atemajac, 26 de febrero 1996.

***Coordinación logística** en la "Presentación del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), Capítulo México, Feria Internacional del Libro (FIL) y Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Universidad de Guadalajara, noviembre de 2005.

***Asistencia logística** en el IX Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre de 2005.

***Coorganizador** "Primer Congreso Internacional OBITEL", OBITEL México y Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Universidad de Guadalajara, Octubre 2007.

***Asistencia logística** en el VIII Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre de 2004.

CURRICULUM VITAE

LUIS FERNANDO RAMÍREZ ANAYA

- Datos personales
- **Fecha de nacimiento:** 22 de Noviembre de 1978
 - **Lugar de nacimiento:** Sahuayo, Michoacán.
 - **Domicilio actual:** en Zapopan, Jalisco, México
 - **Teléfono:** (52 33) 1581-2509 (Casa).
 - **Celular:** (52 33) 1196-8806
 - **Correo Electrónico:** luisfernandoram@yahoo.com
 - **Estado civil:** Soltero.

-
- Formación
- **POSGRADO**
Maestría en Comunicación
Universidad de Guadalajara. Departamento de Estudios de la Comunicación Social (2004 – 2006).
Programa dentro del CONACYT
 - **POSGRADO**
Maestría en Psicoterapia
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente
Departamento de Salud, Psicología y Comunidad (2005 – 2006)
Maestrante
 - **GRADO**
Licenciatura en Desarrollo Educativo Institucional
Universidad La Salle Guadalajara.
Guadalajara, Jalisco (1999 – 2003).
 - **GRADO**
Licenciatura en Ciencias Religiosas.
Universidad La Salle Guadalajara.(Sin RVOE)
Guadalajara, Jalisco (1999 – 2003).
 - **PREPARATORIA**
Hnos. López Rayón
Sahuayo, Michoacán (1994 – 1997).

-
- Categorías y distinciones académicas
- **Profesor Titular**
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente
Departamento de Salud, Psicología y Comunidad (15 de Mayo 2009)
 - **Profesor de Tiempo Completo**
Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual (1 de Febrero de 2011)
-

Asistencia y participación en cursos y congresos

- **Proulex Certificado Avanzado: Inglés**
Universidad de Guadalajara. Proulex (160hrs) Diciembre de 2010
- **Curso: "Diseño de cursos de capacitación basados en Estándares de Competencia"**
Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales.
(Octubre de 2010)
- **Proulex Certificado: Inglés**
Universidad de Guadalajara. Proulex (160hrs) Agosto de 2010
- **Curso de Capacitación de Instructores para el Módulo II "Desarrollo de Competencias del Docente en Educación Media Superior"**
Del diplomado en Competencias Docentes en el Nivel Medio Superior (Nov. de 2009)
- **Curso de Inglés como Segunda Lengua**
Universidad de Regina, En Regina, Saskatchewan, Canadá, (Verano 2008)
- **Congreso: 1er Congreso Internacional "Intervención y Praxis Comunitaria"**
Ponencia: "Construcción de grupos de apoyo comunitario".
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Facultad de Psicología
(Octubre del 2007)
- **Seminario: "El Acto suicida: Crónica de un anuncio sin esperanza ¿Será siempre así?"**
Red Interinstitucional para la Prevención del Suicidio en el Estado de Jalisco.
(Septiembre del 2007)
- **"II Seminario Internacional en Gestión Gubernamental y Políticas Públicas para el Desarrollo"**
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente ITESO
(Julio de 2007)
- **Curso-Taller: "Planificación, Gestión y Evaluación de Proyectos Sociales"**
Departamento de Salud Psicología y Comunidad
ITESO (Octubre de 2006)
- **Seminario: "Investigación Fenomenológica Crítica en Psicología y Psicopatología"**
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente ITESO,
Departamento de Salud Psicología y Comunidad
Impartido por: Dra. Virginia Moreira (Junio de 2006)
- **Taller: Focusing nivel 1**
Khuítani Consultores S.C. (Junio de 2005)
- **Seminario Internacional "Diálogos Sobre la Interdisciplina"**
Observatoire des Réformes Universitaires e ITESO (Septiembre 2004)
- **XI Simposium de Educación "Educar para la vida"**
ITESO (Marzo 2004)
- **Curso "Básico de lecto-comprensión en Inglés"**
Universidad de Guadalajara PICASA (Octubre de 2003)
- **II Encuentro Internacional de Educadoras y Educadores Populares "Resignificando el papel de las y los educadores populares en el contexto de las Américas"**
Highlander Research and Education Center
Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario IMDEC

	<p>Guadalajara Jalisco (Octubre 2003)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Curso-Taller: "Evaluación al Desempeño Estudiantil en Ambientes Virtuales de Aprendizaje" Universidad de Guadalajara (Julio 2003) • V Encuentro de Profesionales de la Educación "Educar para Humanizar" Universidad la Salle Guadalajara Taller: Educar en las Diferencias (2003) • X Simposium de Educación "Instituciones Educativas para la Construcción de una Comunidad de Aprendizaje". ITE50 (Septiembre 2002) • Taller de Diseño de Material para el Aprendizaje Autogestivo. Centro Mairo Don Bosco. Guadalajara, Jalisco (Septiembre 2002) • Congreso de Educación "Experiencias Educativas en el Siglo XXI". Escuela Normal Queretana, Querétaro. (Marzo 2002). Participante y Ponente "Experiencia de Intervención en una Institución que Atiende a Niños de la Calle." "Niño Institución y Sociedad" • I Encuentro Nacional de Desarrollo Social: "Marginación y Pobreza" y Tercer Encuentro Nacional sobre el Menor y el Mundo de la Calle Universidad de Guadalajara Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (Abril 2001) • II Foro y Primer Encuentro Nacional del Menor y el Mundo de la Calle, "Metodologías de Intervención" Universidad de Guadalajara Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (Abril 2000) • Curso Básico de Pastoral Vocacional Comisión Episcopal de Seminarios y Vocaciones (Octubre de 1999)
<p>Cursos y talleres impartidos para la formación permanente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Módulo 2: Procesos de Cambio Del diplomado en Acompañamiento para el Desarrollo del Potencial Humano Universidad Marista de Guadalajara (Agosto 2009) • Módulo 3: Modelos pedagógicos del siglo XXI Del diplomado en Gestión Directiva de Instituciones Educativas Universidad Marista de Guadalajara (Agosto 2009) • Módulo : "El proyecto de intervención escolar como instrumento de diagnóstico y evaluación para promover la gestión pedagógica en la escuela." Del diplomado en Gestión Educativa y Estratégica de la Supervisión Escolar" para Supervisores y Jefes de sector de la Secretaría de Educación Pública. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (Marzo 2009) Duración 25 hrs. • Curso: "Construcción de Estrategias de Aprendizaje desde la perspectiva Constructivista" A docentes de la Preparatoria No. 6 de la Universidad de Guadalajara (enero 2008) Duración 20hrs. • Curso: "Evaluación del Aprendizaje" A docentes del Sistema de Universidad Virtual por medio de la Coordinación

General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Octubre 2007)
Duración 30hrs.

- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Agosto 2007) Duración 30hrs.
- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Agosto 2007) Duración 30hrs.
- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Julio 2007) Duración 30hrs.
- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Julio 2007) Duración 30hrs.
- **Módulo 5: "Diseño y Gestión de Prácticas en la Formación por Competencias",**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara.
(Junio de 2007) Duración de 20 hrs.
- **Módulo: "Evaluación y Asesoría por Competencias por Competencias en la Formación en Línea"**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (Diciembre 2006) Duración 20hrs.
- **Módulo 3: "Evaluación y Asesoría por Competencias en la Formación en línea"**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (Noviembre 2006) Duración de 20hrs.
- **Módulo 1: "La Comunicación en Ambientes Virtuales"**
Del diplomado Diseño y operación de cursos en línea.
Universidad de Guadalajara (Septiembre 2006) 40horas.
- **Módulo 2: "Asesoría y retroalimentación en la formación por competencias",**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara.
(Julio de 2006) Duración de 20 hrs.
- **Taller: "La construcción de redes de conocimiento, una metodología para la transdisciplina",**
realizado en el marco del XIII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:
"Redes de Conocimiento" Universidad de Guadalajara. Diciembre 2004.
- **Taller: "Evaluación del diseño de cursos en línea"**
realizado en el marco del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:
"Evaluar: punto de reencuentro"

	<p>Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003) Duración 8hrs.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Curso-Taller: "Diseño de Programas por Competencias Profesionales" Universidad Autónoma del Estado de México UAEM (Julio de 2003) Duración 20hrs. • Curso-Taller: "Desarrollo de Objetos de Aprendizaje". Coordinación General del Sistema para la Innovación del Aprendizaje. Universidad de Guadalajara (abril de 2003) Duración 30hrs.
<p>Comités académicos y otras actividades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Miembro del Comité de Titulación de la Licenciatura en Educación UdeGVirtual (2009 a la fecha) • Responsable Académico del Centro de Educación Continua y a Distancia Universidad Marista de Guadalajara (Septiembre de 2008 – Junio de 2011) • "Evaluador en el Plan Estatal de Fortalecimiento de la Educación Normal (PEFEN 2009-2010) Subsecretaría de Educación Superior de la Secretaría de Educación Pública. Ciudad de México (mayo de 2009) (junio 2009) (mayo de 2010) (mayo de 2011) • "Comisión Académica para la Asesoría del diseño de cursos en línea de la Red Universitaria" Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) • "Comisión Académica para la evaluación de cursos en línea de la Red Universitaria" Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) (9 cursos evaluados) • "Comisión Académica para la Asesoría del diseño y producción de los Objetos de Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara". Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) • "Miembro del Grupo de Apoyo Técnico de Apoyo Académico" Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) • "Comité de selección de ponencias para el XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia" Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) • Participación en el diseño del programa-taller: "Evaluación del diseño de cursos en línea", realizado en el marco del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia: "Evaluar: punto de reencuentro" Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003) • Participación en del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia: "Evaluar: punto de reencuentro" Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003)

Psicoterapia

- **Colaboración en los talleres de crecimiento de "Casa Loyola" en Guadalajara.**
(3 grupos)
- **Práctica Institucional**
DIF, Jalisco (2005-2006) - ITESO
- **Consulta Privada**
Sahuayo, Michocán (2006-a la fecha) Guadalajara, Jal.

Proyectos académicos de investigación e intervención, así como voluntariados.

- **Sinergia Ciudadana: Observatorio Ciudadano**
Miembro del Consejo Asesor (2010-a la fecha)
- **Participación en Proyecto con Indígenas**
"Misión de Guadalupe"
Con sede en la ciudad de Comitán Chiapas (Enero 2002)
- **Investigación y aplicación de estrategias de innovación.**
Diagnóstico e intervención de una propuesta de mejora de la práctica educativa de docentes del albergue del Centro Mairo don Bosco que atiende a niños con en situación de calle.
Guadalajara Jalisco (Septiembre 1999 – Junio 2000).
- **Investigación**
Diagnóstico institucional del Centro Mairo Don Bosco
Guadalajara Jalisco (Septiembre – Diciembre 2000).
- **Investigación**
Diseño de un proyecto para la mejora institucional a partir de un análisis socio-cultural del Centro Mairo Don Bosco y sus destinatarios.
Guadalajara Jalisco (Febrero – Junio 2001).
- **Investigación**
Sobre la forma de aprender en la formación para la vida religiosa en espacios multiculturales. Guadalajara Jalisco (Sep – Diciembre 2001).
- **Intervención**
Desarrollo de habilidades socio-educativas que favorezcan el aprendizaje en espacios educativos multiculturales desde el Aprendizaje Cooperativo.
Guadalajara, Jalisco (Febrero – Junio 2002)
- **Voluntariado**
Visitas semanales al "Hospital Civil de la Ciudad de Morelia Michoacán"
(septiembre de 1998 – junio de 1999)
- **Voluntariado**
Visitas semanales al Tutelar de menores infractores
Guadalajara, Jalisco (Septiembre de 2001 – Junio de 2002)
- **Voluntariado**
Tesorero de la "Red es Solidaridad"
Guadalajara, Jalisco (Marzo de 2003 - 2004)

ANEXO 3. PROGRAMAS SINTÉTICOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

(NO SE ANEXAN LOS PROGRAMAS DE LOS CURSOS DE APOYO PORQUE SON OPTATIVAS Y LOS ALUMNOS PODRÁN TOMARLAS EN OTROS CENTROS UNIVERSITARIOS)

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Producción Multimedia
Programa al que pertenece	Maestría en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Fidel Antonio Romero Álvarez
Asesor pedagógico	Ruth Medina
Fecha de elaboración	26 de octubre de 2011

2 COMPETENCIA

El estudiante aplica la metodología, producción y edición de proyectos multimedia de calidad con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad para integrarlos en un proyecto de diseño web.

3 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Teoría sobre conceptos básicos de multimedia.• Tipología de proyectos multimedia.• Contenidos digitales: imágenes, textos, audios, videos, mapas para la geolocalización, encuestas, entre otros.• Las herramientas y recursos para la producción multimedia.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Producción de contenidos en audio, texto y video.• Manejo técnico para abrir, editar, importar, guardar y convertir elementos multimedia.• Administración de contenido multimedia en una página web.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Permeables al medio tecnológico y de diseño web.• Observador, perseverante, y en continua investigación sobre producción multimedia.• Asumir roles e interés por producir multimedia.• Trabajo colaborativo en equipo.• Creativo en la producción de elementos multimedia.

Valores¹

- Ética periodística.
- Solidaridad en el trabajo en equipo.
- Aprendizaje cooperativo a través del uso de herramientas digitales.
- Respeto a los puntos de vista diferentes.
- Tolerancia a las críticas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4	Producto Integrador
Título	La Multimedia y sus elementos.	Producción y edición de audio.	Producción y edición de video.	Producción y edición de video.	Presentación del proyecto Multimedia
Objetivo	El estudiante conceptualizará la multimedia e identificará formatos de imágenes y tipografía adecuadas para el periodismo	El estudiante producirá y editará un audio; aplicado a un fin de carácter periodístico.	El estudiante producirá un video con un fin periodístico.	El estudiante producirá un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video,	El estudiante presentará un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e

	digital.			animación e interactividad para un medio periodístico digital.	interactividad para un medio periodístico digital.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es multimedia? - Elementos de una multimedia. - Tipología de proyectos multimedia. - El proceso de producción de una multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formatos básicos de audio. - Grabación y edición básica de audio: cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar audio en diferentes formatos. - Subir y compartir audios en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formatos básicos de video. - Grabación y edición básica de video: cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar video en diferentes formatos. - Subir y compartir videos en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas básicas para la producción multimedia. - Herramientas y recursos para la producción multimedia. 	
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico de doble entrada sobre los diferentes tipos de contenido multimedia,	Un audio producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar,	Un video producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar,	Una multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e	Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio,

con sus características y procesos para llevarla a cabo.	abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	interactividad.	video, animación e interactividad.
----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	-----------------	------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica	Guía de habilidades multimedia para periodistas Mindy McAdams
	Instrucciones para ejecutar un proyecto multimedia Jane Steven
Complementaria	Herramientas Digitales para Periodistas Sandra Crucianell
	Taller de Multimedia http://tallermultimedia.blogspot.com/
	Guion Multimedia http://www.guionweb.net/
	Preproducción Multimedia http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false
	Producción Multimedia / Comunicación visual http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false
	Audacity, editor de audio libre y multiplataforma http://audacity.sourceforge.net/?lang=es
	Tutorial Audacity http://audacity.sourceforge.net/manual-1.2/
Windows Live Movie Maker, editor de video http://windows.microsoft.com/es-ES/windows7/products/features/movie-maker	

Edición de videos con Windows Media Maker

<http://explore.live.com/windows-live-movie-maker-video-editing-using>

Jaycut, editor de videos en línea

<http://jaycut.com/>

Youtube, subir y compartir videos en internet

<http://www.youtube.com/>

Soundcloud, subir y compartir audios en internet

<http://soundcloud.com/>

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo digital
Experto disciplinar	Gilberto Magaña Hernández
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	28 de Noviembre 2011

2 COMPETENCIA

El estudiante desarrolla análisis indicativos de las prácticas editoriales manifiestas en los mensajes de un medio para ejercer las funciones y expresar las políticas editoriales.

3 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	División del trabajo editorial en los medios, las secciones y los formatos y géneros editorializantes.
	Formas de tratamiento de la información particularmente de la oportunidad, jerarquía, precisión, periodicidad y pluralidad.
	Formas de afiliación (o pertenencia) de las y los periodistas a los equipos de edición (redacciones) y otras asociaciones (trabajo

	independiente) y su reflejo en los contenidos periodísticos.
Habilidades	De lectura, análisis, interpretación, argumentación oral y escrita; de diseño para la investigación; de metodología y exposición.
Actitudes	Reflexión, comprensión, capacidad de síntesis.
Valores ¹	Respeto a las diferencias de opinión y honestidad intelectual.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCIA O A LA QUE APOYA

Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Elaborar un reporte o diagnóstico de las funciones editoriales de un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Corporeidad mediática y editorial: conceptos y teoría.	Apropiación de los editoriales: métodos y diseño indicativos.	Rearticulación: interpretación, análisis y evaluación de datos.
Objetivo	Articular un marco referencial a partir de identificar el campo de estudio.	Construir una muestra significativa de prácticas editoriales.	Extraer, organizar y explicar la información contenida en la muestra.

Contenido	A partir de la comprensión y el análisis se definen y relacionan las prácticas "editoriales" con la "información".	Conocimiento y desarrollo de actitudes etno-hemerográficas, de formas de registro y construcción de datos sobre prácticas reales de un medio de comunicación.	Análisis de los registros obtenidos, puesta en contexto y vinculación con los saberes y la práctica real.
Producto de la unidad	Marco teórico.	Diseño de muestra.	Ensayo (avance del reporte).

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

Título *Cómo se escribe un periódico*

Autor BASTENIER, Miguel Ángel

Editorial F.C.E. - F.N.P.I.

Año 2009

Título *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*

Autor CASALS C., María Jesús

Editorial Fragua

Año 2005

Título *Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*

Autor DÍAZ Noci, Javier

Editorial Universidad del País Vasco

Año 2001
Título "Análisis del discurso"
Autor HAIDAR, Julieta, en: GALINDO, Luis Jesús (coord.): *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*; pp. 117-164
Editorial Addison-Wesley

Año 1998
Título "Construcción de la realidad e imaginarios sociales en los mass medias: la hipervisibilidad moderna"
Autor IMBERT, Gerard; en: GARCÍA Ferrando, M. et al.: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*; pp.605 - 624
Editorial Alianza

Año 2000 [1986]
Título *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*
Autor JENSEN, Klaus B. (ed.)
Editorial Routledge

Año 2002
Título *Texto y contexto*
Autor Van DIJK, Teun
Editorial Cátedra

Año 1980
Título *La noticia como discurso*
Autor Van DIJK, Teun
Editorial Paidós
Año 2001 [1980]

Complementaria

Título *Teoría general de la información*

Autor **ABRIL C., Gonzalo**

Editorial **Cátedra**

Año **1997**

Título ***Modernidad, pluralismo y crisis del sentido***

Autor **BERGER, Peter y Thomas LUCKMANN**

Editorial **Paidós**

Año **1997**

Título ***Redacción para periodistas: informar e interpretar***

Autor **CANTAVELLA, Juan y José Francisco SERRANO (coords.)**

Editorial **Ariel**

Año **2004**

Título ***Estilo y géneros periodísticos***

Autor **CASASÚS, Josep Ma. y Luis NÚÑEZ L.**

Editorial **Ariel**

Año **1991**

Título ***La interpretación de las culturas***

Autor **GEERTZ, Clifford**

Editorial **Gedisa**

Año **1990 [1973]**

Título ***De los medios a las mediaciones***

Autor **MARTÍN-Barbero, Jesús**

Editorial **Convenio Andrés Bello**

Año **2003 [1987]**

Título ***La invención de la comunicación***

- Autor** MATTELART, Armand
- Editorial** Siglo XXI
- Año** 1995 [1994]
- Título** *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*
- Autor** McQUAIL, Denis
- Editorial** Paidós
- Año** 2000 [1983]
- Título** *Horizontes fragmentados; comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*
- Autor** REGUILLO C., Rossana
- Editorial** ITESO
- Año** 2005
- Título** "El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada"; en: rev. *Análisi*, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona; n.29 (Antropología de la comunicación), pp.63-79.
- Autor** REGUILLO C., Rossana
- Editorial** ITESO
- Año** 2002
- Título** *Metadología de la investigación cualitativa*
- Autor** RODRÍGUEZ Gómez, Gregorio; Javier GIL Flores y Eduardo GARCÍA Jiménez
- Editorial** Aljibe
- Año** 1999 [1996]
- Título** *Manual de estructura de la información*
- Autor** SÁNCHEZ-BRAVO Cenjor, Antonio
- Editorial** Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.

Año 1992

Título *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*

Autor SANTAMARÍA S., Luisa y María Jesús CASALS C.

Editorial Fragua

Año 2000

Título *Basics of Qualitative Research*

Autor STRAUSS, A. y J. CORBIN

Editorial Sage

Año 1990

Título *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communications*

Autor THOMPSON, John B.

Editorial Stanford University Press

Año 1990

Título *Los media y la modernidad*

Autor THOMPSON, John B.

Editorial Paidós

Año 1998 [1997]

Título *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*

Autor VALLES, Miguel S.

Editorial Síntesis

Año 1997

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Evaluación de los servicios informativos a las audiencias
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Rosa Elena Richart Varela
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/Noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante diseña un diagnóstico integral que le permita medir la satisfacción de las audiencias en los sistemas primarios (Gráfica, Radio y Televisión) y/o medios digitales, atendiendo principalmente a los mecanismos de interacción y satisfacción de las mismas en los servicios informativos.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Rating, importancias y aplicación de la información en tiempo real. Provisión de sistemas de consulta a las audiencias. Sistemas de medición de audiencias.
Habilidades	Identifica las necesidades de información de los usuarios. Procesa y selecciona información relevante para la toma de decisiones en la satisfacción de los usuarios. Diseñar estrategias que permitan consolidar la satisfacción de los usuarios. Diseñar instrumentos de evaluación.
Actitudes	Objetividad para el análisis de la información obtenida. Creatividad para diseñar instrumentos de medición.
Valores ¹	Honestidad en el uso y manejo de la información. Ética en el desempeño profesional.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.

Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción El estudiante realiza un diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias en sistemas primarios de comunicación y/o medios digitales.

6. RESUMEN DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Sistemas de medición de audiencias	Sistemas de recolección de datos	Diagnostico de los mecanismos de interacción de servicios a las audiencias
Objetivo	El estudiante conocerá las características y ventajas de cada uno de los sistemas de medición de audiencias para poder elegir el más apropiado para utilizar en la evaluación al medio de comunicación elegido.	El estudiante identificará cual es el sistema de recolección de datos más funcional para su proyecto de medición de audiencias.	El estudiante realizará un análisis minucioso del diagnostico de los mecanismos de interacción de servicios a las audiencias.
Contenido	Sistemas de Medición de audiencias más importantes: Análisis mediante	1) Mediciones directas. 2) Observación activa y pasiva. 3) Estudios de caso.	Elementos básicos de un reporte. Análisis de

	tags	4) Encuestas por muestreo.	resultados de una investigación
	Análisis Mediante paneles.		
	Análisis Mediante encuestas		
	Análisis Mediante usos de navegación.		
	Empresas líderes en la medición de las audiencias:		
	Infoadex		
Producto de la unidad	Reporte detallado de cada uno de los sistemas de medición de las audiencias estudiadas.	Diseño del instrumento a trabajar en el diagnóstico a aplicar	Análisis del diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

Impacto en los cinco sentidos

Norberto Alvarez Debans

Valletta ediciones

Argentina 2000

http://www.nielsen-online.com/downloads/es/SiteCensus_Generic_ES.pdf

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque8/pag3.htm>

<http://www.fao.org/docrep/u1310s/u1310s07.htm#M%C3%A9todos%20de%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos>

<http://fundamentosinvestigaciontec.blogspot.com/2009/05/reporte-de-investigacion.html> (consultado el 26/11/2011)

<http://www.slideshare.net/ericupr/presentacin-de-elaboracin-reporte-de-investigacin> (consultado el 26/11/2011)

Complementaria

<http://tdx.cat/bitstream/handle/10803/4155/TMBN2de6.pdf?sequence=2> (consultado 25/11/2011)

<http://www.geiuma-oax.net/sam/formatobasicopararedactareportes.pdf> (consultado 26/11/2011) power sobre estilos de reportes científicos)

http://servidor-opsu.tach.ula.ve/7jornadas_i_h/paginas/doc/JIHE-2011-PN37.pdf (Consultado 26/11/2011) power ejemplo de un informe sobre investigación de audiencias)

<http://www.slideshare.net/Bernachi/los-metodos-mixtos> (Consultado 28/11/2011)

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Escritura para nuevos medios y audiencias
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo y Sergio René de Dios Corona
Asesor pedagógico	Mtra. Patricia Gpe. Camacho Cortez
Fecha de elaboración	30/10/11

2 COMPETENCIA

El estudiante redacta discursos y contenidos periodísticos precisos y veraces para ser difundidos en plataformas digitales y en línea.

3 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Perfil y necesidades de los usuarios de Internet-Concepto de "usabilidad" aplicado a los sitios de Internet-El lenguaje y el estilo de la redacción periodística en Internet-Modelos de pirámide invertida aplicados a noticias para Internet- Titulación y edición de textos periodísticos para Internet
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Redactar discursos informativos para Internet-Utilizar la pirámide invertida en sus diferentes niveles-Editar y estructurar discursos informativos que se difundirán en línea-Romper la uniformidad de textos periódicos para Internet-Producción y documentación de información-Desarrollar una visión crítica y analítica sobre los textos publicados en línea
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Interés para aprender nuevos conceptos-Apertura para trabajar bajo presión

	<ul style="list-style-type: none"> -Interés por aprender a redactar para medios en línea -Autocrítica, para mejorar lo realizado -Creativa, para generar nuevos contenidos -Tolerancia a las críticas
Valores ¹	<p>Precisión y concisión</p> <p>Veracidad</p> <p>Ética periodística</p> <p>Solidaridad para trabajar en equipo</p> <p>Respeto a los puntos de vista diferentes</p>

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Producción y difusión de contenidos

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	<p>Producción de una noticia donde se aplique la estructura y elementos adecuados para los usuarios de Internet.</p> <p>(La noticia o producto que sea publicable se difundirá en un blog creado expresamente para la materia y que será editado por el instructor).</p>
-------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Perfil y necesidades del usuario de Internet	El lenguaje y el estilo de la redacción periodística en Internet	La pirámide invertida en la redacción de noticias para Internet	Producción de textos periodísticos para Internet

Objetivo	Identifica cómo leen, consumen y usan la información los usuarios de Internet	Conoce cuál es el estilo de redacción para Internet	Aplica los niveles del modelo de pirámide invertida en noticias que se difunden vía Internet	Producir una noticia publicable para la web.
Contenido	<p>1. Comportamiento del usuario de Internet: lo que dicen las investigaciones</p> <p>2. El concepto de usabilidad aplicado a los contenidos que se difunden vía Internet</p>	<p>1. El lenguaje del periodismo en Internet</p> <p>2. La ciber redacción periodística</p> <p>3. Redactar con sentido humano, no para buscadores</p>	<p>1. El modelo de la pirámide invertida y sus niveles de utilización para Internet.</p> <p>2. Cómo romper la uniformidad de los textos periodísticos (titulación, uso de intertítulos, negritas, enumeraciones, colores e imágenes para atraer al usuario</p>	<p>1. Plan para generar un producto informativo para la web</p>
Producto de la unidad	<p>Análisis crítico de los estándares de usabilidad de dos portales de noticias. (Incluir propuestas para mejorar la usabilidad de los sitios analizados).</p> <p>Se proporcionará</p>	"Guía de estilo y redacción para Internet".	Dos noticias reestructuradas para Internet, en la que se aplique uno de los niveles de pirámide invertida; y se evidencien los criterios de usabilidad recomendados para la web	Noticia con la estructura, estilo y elementos adecuados para los usuarios de Internet. (La noticia o producto que sea publicable se difundirá en un blog creado expresamente para la materia y que será editado

una plantilla a los alumnos.

por el instructor).

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Camus, Juan Carlos (2010). *Tiene 5 segundos. Gestión de contenidos digitales*. Libro disponible en la página:
<http://tienes5segundos.cl/libro/>

- Franco, Guillermo (2008). *Cómo escribir por la web*. EU, Fundación Knight para el Periodismo en las Américas. Libro digital disponible en la página:
http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php

- Franco, Guillermo (sf) "Usted tiene mi atención, por favor no me lo repita!". Artículo en PDF. Versión en línea disponible en:
http://issuu.com/gegarba/docs/usted_tiene_mi_atenci_n

- García Hilda (2011) "El lenguaje del periodismo en Internet". En *Revista Mexicana de Comunicación*. Edición 123, abril-junio. México: Fundación Manuel Buendía A.C. (pp.17-20 y 49). Versión disponible en línea:
<http://mexicanadecomunicacion.com.mx/mc/2011/05/30/El-lenguaje-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2vSFSTr>

- Katwala, Jaldeep (2011). "10 consejos para detectar una noticia". EU, Centro Internacional para Periodistas y Media Helping Media. Disponible en línea: <http://ijnnet.org/es/stories/90743>

- Lohr, Steve (2006). "Este aburrido titular fue escrito para Google". EU, New York Times. Versión traducida al español en Word. Versión original en inglés disponible en la página:
http://www.nytimes.com/2006/04/09/weekinreview/09lohr.html?page_wanted=all

- Martín Herrera Inma (2005). "Ciber redacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio". En *Revista Latinoamericana de Comunicación, CHASQUI*. Diciembre, N. 092. Ecuador: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. (pp.24-29). Versión en PDF, disponible en línea:
<http://chasqui.comunica.org/content/view/421/127/>

Manual de Estilo para Nuevos Medios. Sitio web de la Fundación BBUV con información amplia sobre el tema:
<http://www.manualdeestilo.com/>

-Orihuela, Jose Luis (2003). "El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad". En *Revista Latinoamericana de Comunicación, CHASQUI*. N. 83, Septiembre. Disponible en línea:
<http://chasqui.comunica.org/content/view/151/62/>

-Orozco Murillo, Rosalia y Farina, Héctor (2010) "La pirámide invertida en la Web" PPT. México: Centro de Formación en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Versión en PPT.

-Ortega Santamaría Sergio (2007). "Evolución del perfil del usuario: Usuarios 2.0". En *No Sólo Usabilidad No 6* (Revista electrónica española). Artículo digital disponible en:
<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usuario20.htm>

Ramaris Albert Trinidad. "Periodismo Web 2.0: La interacción entre los webactores y el blog periodístico. El caso de The Huffington Post". II Congreso Internacional Comunicación 3.0

Universidad Complutense de Madrid Madrid, España.
<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/075.pdf>

Complementaria

-Breiner, James (2011). "Los nuevos lenguajes". En *Revista Mexicana de Comunicación*. Edición 123, abril-junio. México: Fundación Manuel Buendía A.C. (pp.11-16). Versión disponible en línea: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/05/30/los-nuevos-lenguajes-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2vSF5Tr>

-Briggs, Mark (2009) *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*. Estados Unidos: Fundación Knight para el Periodismo en las Américas. Libro digital disponible en la página:
knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf

Martínez Gutiérrez, Fátima. (2008). *Eyetracking y usabilidad: claves de investigación en los procesos de lectura en línea*. SEECI. N° 16. Julio. Año XI. Páginas: 98- 118

<http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2016/FatimaMar.pdf>

-Grijelmo, Alex (2008). *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.

-Hohmann, James (2011). *Las 10 mejores prácticas para redes sociales, directrices útiles*. EU, Comité de Ética y Valores de la American Society of News Editors (ASNE). Libro digital disponible en la página web: <http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/las-10-mejores-practicas-para-medios-sociales-es>

-López Hidalgo, Antonio (2009). *El Titular. Manual de titulación periodística*. México: Alfaomega.

Orozco Murillo, Rosalia (2011). "El periodismo digital implica esfuerzo y creatividad". Video-entrevista a Sergio René de Dios Corona. Centro de Formación en Periodismo Digital, Universidad de Guadalajara. Disponible en línea:
http://www.youtube.com/watch?v=W7SXAp1Ms_U&feature=player_embedded

-Poynter Institute (2011). *Conjunto de Guías Éticas para Hacer Periodismo en la Web*. EU, Instituto Poynter. Libro digital disponible en la página web:
<http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/conjunto-de-guias-eticas-para-hacer-periodismo-en-la-web-es>

-Velásquez O. César Mauricio et. All., (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Colombia: Universidad de la Sabana, Ecoe ediciones.

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Producción Multimedia
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Fidel Antonio Romero Álvarez
Asesor pedagógico	Ruth Medina
Fecha de elaboración	26 de octubre de 2011

2 COMPETENCIA

El estudiante aplica la metodología, producción y edición de proyectos multimedia de calidad para medios digitales con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

3 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Teoría sobre conceptos básicos de multimedia.- Tipología de proyectos multimedia.- Contenidos digitales: imágenes, textos, audios y videos.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">- Las herramientas y recursos para la producción multimedia.- Producción de elementos multimedia: texto, imágenes, audio y video.- Manejo técnico para grabar, crear, abrir, editar, importar, guardar y compartir elementos multimedia.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">- Producción de proyectos multimedia para el periodismo digital.- Permeables al medio tecnológico.- Observador, perseverante, y en continua investigación sobre producción multimedia.- Asumir roles e interés por producir multimedia.- Trabajo colaborativo en equipo.
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">- Creativo en la producción de elementos multimedia.- Ética periodística.- Solidaridad en el trabajo en equipo.- Aprendizaje cooperativo a través del uso de herramientas digitales.- Respeto a los puntos de vista diferentes.- Tolerancia a las críticas.

¹ Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PLAN DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O

A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La multimedia y sus elementos.	Producción de audio.	Producción de video.	Producción de una multimedia.
Objetivo	El estudiante identificará la multimedia, sus elementos, tipos y procesos, así como dar un opinión sobre los formatos de imágenes y tipografías adecuados para producir periodismo multimedia.	El estudiante producirá un audio con un fin periodístico.	El estudiante producirá un video con un fin periodístico.	El estudiante producirá un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.
Contenido	<ul style="list-style-type: none">- ¿Qué es multimedia?- Elementos de una multimedia.	<ul style="list-style-type: none">- Formatos básicos de audio.- Grabación y edición básica de audio:	<ul style="list-style-type: none">- Formatos básicos de video.- Grabación y edición básica de video:	<ul style="list-style-type: none">- Técnicas básicas para la producción multimedia.- Herramientas y recursos

	<ul style="list-style-type: none"> - Tipología de proyectos multimedia. - Formatos de imágenes. - Tipos de fuentes adecuadas para la producción de una multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar audio en diferentes formatos. - Subir y compartir audios en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar video en diferentes formatos. - Subir y compartir videos en Internet. 	para la producción multimedia.
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico de doble entrada sobre los diferentes tipos de contenido multimedia, con sus características y procesos para llevarla a cabo.	Un audio producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar, abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	Un video producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar, abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	Una multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

	<ul style="list-style-type: none"> - Tipología de proyectos multimedia. - Formatos de imágenes. - Tipos de fuentes adecuadas para la producción de una multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar audio en diferentes formatos. - Subir y compartir audios en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar video en diferentes formatos. - Subir y compartir videos en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> para la producción multimedia.
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico de doble entrada sobre los diferentes tipos de contenido multimedia, con sus características y procesos para llevarla a cabo.	Un audio producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar, abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	Un video producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar, abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	Una multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

† Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

6. RECORTE DE CONTENIDO (Unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La multimedia y sus elementos.	Producción de audio.	Producción de video.	Producción de una multimedia.
Objetivo	El estudiante identificará la multimedia, sus elementos, tipos y procesos, así como dar un opinión sobre los formatos de imágenes y tipografías adecuados para producir periodismo multimedia.	El estudiante producirá un audio con un fin periodístico.	El estudiante producirá un video con un fin periodístico.	El estudiante producirá un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.
Contenido	<ul style="list-style-type: none">- ¿Qué es multimedia?- Elementos de una multimedia.	<ul style="list-style-type: none">- Formatos básicos de audio.- Grabación y edición básica de audio:	<ul style="list-style-type: none">- Formatos básicos de video.- Grabación y edición básica de video:	<ul style="list-style-type: none">- Técnicas básicas para la producción multimedia.- Herramientas y recursos

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Producción Multimedia
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Fidel Antonio Romero Álvarez
Asesor pedagógico	Ruth Medina
Fecha de elaboración	26 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante aplica la metodología, producción y edición de proyectos multimedia de calidad para medios digitales con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Teoría sobre conceptos básicos de multimedia.- Tipología de proyectos multimedia.- Contenidos digitales: imágenes, textos, audios y videos.- Las herramientas y recursos para la producción multimedia.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">- Producción de elementos multimedia: texto, imágenes, audio y video.- Manejo técnico para grabar, crear, abrir, editar, importar, guardar y compartir elementos multimedia.- Producción de proyectos multimedia para el periodismo digital.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">- Permeables al medio tecnológico.- Observador, perseverante, y en continua investigación sobre producción multimedia.- Asumir roles e interés por producir multimedia.- Trabajo colaborativo en equipo.- Creativo en la producción de elementos multimedia.
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">- Ética periodística.- Solidaridad en el trabajo en equipo.- Aprendizaje cooperativo a través del uso de herramientas digitales.- Respeto a los puntos de vista diferentes.- Tolerancia a las críticas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O

-Hohmann, James (2011). *Las 10 mejores prácticas para redes sociales, directrices útiles*. EU, Comité de Ética y Valores de la American Society of News Editors (ASNE). Libro digital disponible en la página web: <http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/las-10-mejores-practicas-para-medios-sociales-es>

-López Hidalgo, Antonio (2009). *El Titular. Manual de titulación periodística*. México: Alfaomega.

Orozco Murillo, Rosalía (2011). "El periodismo digital implica esfuerzo y creatividad". Video-entrevista a Sergio René de Dios Corona. Centro de Formación en Periodismo Digital, Universidad de Guadalajara. Disponible en línea:

http://www.youtube.com/watch?v=W7SXAp1Ms_U&feature=player_embedded

-Poynter Institute (2011). *Conjunto de Guías Éticas para Hacer Periodismo en la Web*. EU, Instituto Poynter. Libro digital disponible en la página web:

<http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/conjunto-de-guias-eticas-para-hacer-periodismo-en-la-web-es>

-Velásquez O. César Mauricio et. All., (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Colombia: Universidad de la Sabana, Ecoe ediciones.

Manual de Estilo para Nuevos Medios. Sitio web de la Fundación BBUV con información amplia sobre el tema:

<http://www.manualdeestilo.com/>

-Orihuela, Jose Luis (2003). "El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad". En *Revista Latinoamericana de Comunicación, CHASQUI*. N. 83, Septiembre. Disponible en línea:

<http://chasqui.comunica.org/content/view/151/62/>

-Orozco Murillo, Rosalía y Farina, Héctor (2010) "La pirámide invertida en la Web" PPT. México: Centro de Formación en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Versión en PPT.

-Ortega Santamaría Sergio (2007). "Evolución del perfil del usuario: Usuarios 2.0". En *No Sólo Usabilidad No 6* (Revista electrónica española). Artículo digital disponible en:

<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usuario20.htm>

Ramaris Albert Trinidad. "Periodismo Web 2.0: La interacción entre los webactores y el blog periodístico. El caso de The Huffington Post". II Congreso Internacional Comunicación 3.0

Universidad Complutense de Madrid Madrid, España.

<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/075.pdf>

Complementaria

-Breiner, James (2011). "Los nuevos lenguajes". En *Revista Mexicana de Comunicación*. Edición 123, abril-junio. México: Fundación Manuel Buendía A.C. (pp.11-16). Versión disponible en línea: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/05/30/los-nuevos-lenguajes-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2v5FSTr>

-Briggs, Mark (2009) *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*. Estados Unidos: Fundación Knight para el Periodismo en las Américas. Libro digital disponible en la página:

knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf

Martínez Gutiérrez, Fátima. (2008). Eyetracking y usabilidad: claves de investigación en los procesos de lectura en línea. *SEECI*. N° 16. Julio. Año XI. Páginas: 98- 118

<http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2016/FatimaMar.pdf>

-Grijelmo, Alex (2008). *El estilo del periodista*. México: Editoriel Taurus.

una plantilla a los alumnos.

por el instructor).

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Camus, Juan Carlos (2010). *Tiene 5 segundos. Gestión de contenidos digitales*. Libro disponible en la página:
<http://tienes5segundos.cl/libro/>
- Franco, Guillermo (2008). *Cómo escribir por la web*. EU, Fundación Knight para el Periodismo en las Américas. Libro digital disponible en la página:
http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php
- Franco, Guillermo (sf) "Usted tiene mi atención, por favor no me lo repita!". Artículo en PDF. Versión en línea disponible en:
http://issuu.com/gegarba/docs/usted_tiene_mi_atenci_n
- García Hilda (2011) "El lenguaje del periodismo en Internet". En *Revista Mexicana de Comunicación*. Edición 123, abril-junio. México: Fundación Manuel Buendía A.C. (pp.17-20 y 49). Versión disponible en línea:
<http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/05/30/El-lenguaje-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2vSFSTr>
- Katwala, Jaldeep (2011). "10 consejos para detectar una noticia". EU, Centro Internacional para Periodistas y Media Helping Media. Disponible en línea: <http://ijnnet.org/es/stories/90743>
- Lohr, Steve (2006). "Este aburrido titular fue escrito para Google". EU, New York Times. Versión traducida al español en Word. Versión original en inglés disponible en la página:
http://www.nytimes.com/2006/04/09/weekinreview/09lohr.html?page_wanted=all
- Martín Herrera Inma (2005). "Ciber redacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio". En *Revista Latinoamericana de Comunicación, CHASQUI*. Diciembre, N. 092. Ecuador: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. (pp.24-28). Versión en PDF, disponible en línea:
<http://chasqui.comunica.org/content/view/421/127/>

Objetivo	Identifica cómo leen, consumen y usan la información los usuarios de Internet	Conoce cuál es el estilo de redacción para Internet	Aplica los niveles del modelo de pirámide invertida en noticias que se difunden vía Internet	Producir una noticia publicable para la web.
Contenido	<p>1. Comportamiento del usuario de Internet: lo que dicen las investigaciones</p> <p>2. El concepto de usabilidad aplicado a los contenidos que se difunden vía Internet</p>	<p>1. El lenguaje del periodismo en Internet</p> <p>2. La ciber redacción periodística</p> <p>3. Redactar con sentido humano, no para buscadores</p>	<p>1. El modelo de la pirámide invertida y sus niveles de utilización para Internet.</p> <p>2. Cómo romper la uniformidad de los textos periodísticos (titulación, uso de intertítulos, negritas, enumeraciones, colores e imágenes para atraer al usuario</p>	<p>1. Plan para generar un producto informativo para la web</p>
Producto de la unidad	<p>Análisis crítico de los estándares de usabilidad de dos portales de noticias. (Incluir propuestas para mejorar la usabilidad de los sitios analizados).</p> <p>Se proporcionará</p>	"Guía de estilo y redacción para Internet".	Dos noticias reestructuradas para Internet, en la que se aplique uno de los niveles de pirámide invertida; y se evidencien los criterios de usabilidad recomendados para la web	Noticia con la estructura, estilo y elementos adecuados para los usuarios de Internet. (La noticia o producto que sea publicable se difundirá en un blog creado expresamente para la materia y que será editado

Valores¹

- Interés por aprender a redactar para medios en línea
- Autocrítica, para mejorar lo realizado
- Creativa, para generar nuevos contenidos
- Tolerancia a las críticas
- Precisión y concisión
- Veracidad
- Ética periodística
- Solidaridad para trabajar en equipo
- Respeto a los puntos de vista diferentes

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Producción y difusión de contenidos

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción

Producción de una noticia donde se aplique la estructura y elementos adecuados para los usuarios de Internet.

(La noticia o producto que sea publicable se difundirá en un blog creado expresamente para la materia y que será editado por el instructor).

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Perfil y necesidades del usuario de Internet	El lenguaje y el estilo de la redacción periodística en Internet	La pirámide invertida en la redacción de noticias para Internet	Producción de textos periodísticos para Internet

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Escritura para nuevos medios y audiencias
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo y Sergio René de Dios Corona
Asesor pedagógico	Mtra. Patricia Gpe. Camacho Cortez
Fecha de elaboración	30/10/11

2. COMPETENCIA

El estudiante redacta discursos y contenidos periodísticos precisos y veraces para ser difundidos en plataformas digitales y en línea.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Perfil y necesidades de los usuarios de Internet-Concepto de "usabilidad" aplicado a los sitios de Internet-El lenguaje y el estilo de la redacción periodística en Internet-Modelos de pirámide invertida aplicados a noticias para Internet- Titulación y edición de textos periodísticos para Internet
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Redactar discursos informativos para Internet-Utilizar la pirámide invertida en sus diferentes niveles-Editar y estructurar discursos informativos que se difundirán en línea-Romper la uniformidad de textos periódicos para Internet-Producción y documentación de información-Desarrollar una visión crítica y analítica sobre los textos publicados en línea
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Interés para aprender nuevos conceptos-Apertura para trabajar bajo presión

<http://www.fao.org/docrep/u1310s/u1310s07.htm#M%C3%A9todos%20de%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos>

<http://fundamentosinvestigaciontec.blogspot.com/2009/05/reporte-de-investigacion.html> (consultado el 26/11/2011)

<http://www.slideshare.net/ericupr/presentacin-de-elaboracin-reporte-de-investigacin> (consultado el 26/11/2011)

Complementaria <http://tdx.cat/bitstream/handle/10803/4155/TMBN2de6.pdf?sequence=2>
(consultado 25/11/2011)

<http://www.geiuma-oax.net/sam/formatobasicopararedactareportes.pdf>
(consultado 26/11/2011) power sobre estilos de reportes científicos)

http://servidor-opsu.tach.ula.ve/7jornadas_i_h/paginas/doc/IIHE-2011-PN37.pdf
(Consultado 26/11/2011) power ejemplo de un informe sobre investigación de audiencias)

<http://www.slideshare.net/Bernachi/los-metodos-mixtos> (Consultado 26/11/2011)

	tags	4) Encuestas por muestreo.	resultados de una investigación
	Análisis Mediante paneles.		
	Análisis Mediante encuestas		
	Análisis Mediante usos de navegación.		
	Empresas líderes en la medición de las audiencias:		
	Infoadex		
Producto de la unidad	Reporte detallado de cada uno de los sistemas de medición de las audiencias estudiadas.	Diseño del instrumento a trabajar en el diagnóstico a aplicar	Análisis del diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

Impacto en los cinco sentidos

Norberto Alvarez Debans

Valletta ediciones

Argentina 2000

http://www.nielsen-online.com/downloads/es/SiteCensus_Generic_ES.pdf

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque8/pag3.htm>

Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción : El estudiante realiza un diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias en sistemas primarios de comunicación y/o medios digitales.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Sistemas de medición de audiencias	Sistemas de recolección de datos	Diagnostico de los mecanismos de interacción de servicios a las audiencias
Objetivo	El estudiante conocerá las características y ventajas de cada uno de los sistemas de medición de audiencias para poder elegir el más apropiado para utilizar en la evaluación al medio de comunicación elegido.	El estudiante identificará cual es el sistema de recolección de datos más funcional para su proyecto de medición de audiencias.	El estudiante realizará un análisis minucioso del diagnostico de los mecanismos de interacción de servicios a las audiencias.
Contenido	Sistemas de Medición de audiencias más importantes: Análisis mediante	1) Mediciones directas. 2) Observación activa y pasiva. 3) Estudios de caso.	Elementos básicos de un reporte. Análisis de

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Evaluación de los servicios informativos a las audiencias
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Rosa Elena Richart Varela
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/Noviembre/2011

2 COMPETENCIA

El estudiante diseña un diagnóstico integral que le permita medir la satisfacción de las audiencias en los sistemas primarios (Gráfica, Radio y Televisión) y/o medios digitales, atendiendo principalmente a los mecanismos de interacción y satisfacción de las mismas en los servicios informativos.

3 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Rating, importancias y aplicación de la información en tiempo real. Provisión de sistemas de consulta a las audiencias. Sistemas de medición de audiencias.
Habilidades	Identifica las necesidades de información de los usuarios. Procesa y selecciona información relevante para la toma de decisiones en la satisfacción de los usuarios. Diseñar estrategias que permitan consolidar la satisfacción de los usuarios. Diseñar instrumentos de evaluación.
Actitudes	Objetividad para el análisis de la información obtenida. Creatividad para diseñar instrumentos de medición.
Valores ¹	Honestidad en el uso y manejo de la información. Ética en el desempeño profesional.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4 COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.



- Año** 1992
- Título** *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*
- Autor** SANTAMARÍA S., Luisa y María Jesús CASALS C.
- Editorial** Fragua
- Año** 2000
- Título** *Basics of Qualitative Research*
- Autor** STRAUSS, A. y J. CORBIN
- Editorial** Sage
- Año** 1990
- Título** *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communications*
- Autor** THOMPSON, John B.
- Editorial** Stanford University Press
- Año** 1990
- Título** *Los media y la modernidad*
- Autor** THOMPSON, John B.
- Editorial** Paidós
- Año** 1998 [1997]
- Título** *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*
- Autor** VALLES, Miguel S.
- Editorial** Síntesis
- Año** 1997



- Autor** MATTELART, Armand
- Editorial** Siglo XXI
- Año** 1995 [1994]
- Título** *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*
- Autor** McQUAIL, Denis
- Editorial** Paidós
- Año** 2000 [1983]
- Título** *Horizontes fragmentados; comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*
- Autor** REGUILLO C., Rossana
- Editorial** ITESO
- Año** 2005
- Título** "El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada"; en: rev. *Anàlisi*, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona; n.29 (Antropología de la comunicación), pp.63-79.
- Autor** REGUILLO C., Rossana
- Editorial** ITESO
- Año** 2002
- Título** *Metodología de la investigación cualitativa*
- Autor** RODRÍGUEZ Gómez, Gregorio; Javier GIL Flores y Eduardo GARCÍA Jiménez
- Editorial** Aljibe
- Año** 1999 [1996]
- Título** *Manual de estructura de la información*
- Autor** SÁNCHEZ-BRAVO Cenjor, Antonio
- Editorial** Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.

C

Autor ABRIL C., Gonzalo
Editorial Càtedra
Año 1997
Título *Modernidad, pluralismo y crisis del sentido*

Autor BERGER, Peter y Thomas LUCKMANN
Editorial Paidós
Año 1997

Título *Redacción para periodistas: informar e interpretar*

Autor CANTAVELLA, Juan y José Francisco SERRANO (coords.)
Editorial Ariel
Año 2004

C

Título *Estilo y géneros periodísticos*

Autor CASASÚS, Josep Ma. y Luis NÚÑEZ L.
Editorial Ariel
Año 1991

Título *La interpretación de las culturas*

Autor GEERTZ, Clifford
Editorial Gedisa

Año 1990 [1973]

Título *De las medias a las mediaciones*

Autor MARTÍN-Barbero, Jesús
Editorial Convenio Andrés Bello

Año 2003 [1987]

C

Título *La invención de la comunicación*

Año 2001
Título "Análisis del discurso"
Autor HAIDAR, Julieta, en: GALINDO, Luis Jesús (coord.): *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*; pp. 117-164
Editorial Addison-Wesley

Año 1998
Título "Construcción de la realidad e imaginarios sociales en los mass medias: la hipervisibilidad moderna"
Autor IMBERT, Gerard; en: GARCÍA Ferrando, M. et al.: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*; pp.605 - 624

Editorial Alianza

Año 2000 [1986]

Título *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*

Autor JENSEN, Klaus B. (ed.)

Editorial Routledge

Año 2002

Título *Texto y contexto*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Cátedra

Año 1980

Título *La noticia como discurso*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Paidós

Año 2001 [1980]

Complementaria

Título *Teoría general de la información*

Contenido	A partir de la comprensión y el análisis se definen y relacionan las prácticas "editoriales" con la "información".	Conocimiento y desarrollo de actitudes etnohemerográficas, de formas de registro y construcción de datos sobre prácticas reales de un medio de comunicación.	Análisis de los registros obtenidos, puesta en contexto y vinculación con los saberes y la práctica real.
Producto de la unidad	Marco teórico.	Diseño de muestra.	Ensayo (avance del reporte).

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Título *Cómo se escribe un periódico*
- Autor BASTENIER, Miguel Ángel
- Editorial F.C.E. - F.N.P.I.
- Año 2009
- Título *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*
- Autor CASALS C., María Jesús
- Editorial Fragua
- Año 2005
- Título *Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*
- Autor DÍAZ Noci, Javier
- Editorial Universidad del País Vasco

	independiente) y su reflejo en los contenidos periodísticos.
Habilidades	De lectura, análisis, interpretación, argumentación oral y escrita; de diseño para la investigación; de metodología y exposición.
Actitudes	Reflexión, comprensión, capacidad de síntesis.
Valores ¹	Respeto a las diferencias de opinión y honestidad intelectual.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Elaborar un reporte o diagnóstico de las funciones editoriales de un medio.
-------------	-----------------------------------------------------------------------------

6. RECORRE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Corporeidad mediática y editorial: conceptos y teoría.	Apropiación de los editoriales: métodos y diseño indicativos.	Rearticulación: interpretación, análisis y evaluación de datos.
Objetivo	Articular un marco referencial a partir de identificar el campo de estudio.	Construir una muestra significativa de prácticas editoriales.	Extraer, organizar y explicar la información contenida en la muestra.

Edición de videos con Windows Media Maker

<http://explore.live.com/windows-live-movie-maker-video-editing-using>

Jaycut, editor de videos en línea

<http://jaycut.com/>

Youtube, subir y compartir videos en internet

<http://www.youtube.com/>

Soundcloud, subir y compartir audios en internet

<http://soundcloud.com/>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo digital
Experto disciplinar	Gilberto Magaña Hernández
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	28 de Noviembre 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante desarrolla análisis indicativos de las prácticas editoriales manifiestas en los mensajes de un medio para ejercer las funciones y expresar las políticas editoriales.

3. ATRIBUCIONES DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<p>División del trabajo editorial en los medios, las secciones y los formatos y géneros editorializantes.</p> <p>Formas de tratamiento de la información particularmente de la oportunidad, jerarquía, precisión, periodicidad y pluralidad.</p> <p>Formas de afiliación (o pertenencia) de las y los periodistas a los equipos de edición (redacciones) y otras asociaciones (trabajo</p>
---------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

con sus características y procesos para llevarla a cabo.	abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	interactividad.	video, animación e interactividad.
----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	-----------------	------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica	Guía de habilidades multimedia para periodistas Mindy McAdams
	Instrucciones para ejecutar un proyecto multimedia Jane Steven
Complementaria	Herramientas Digitales para Periodistas Sandra Crucianell
	Taller de Multimedia http://tallermultimedia.blogspot.com/
	Guion Multimedia http://www.guionweb.net/
	Preproducción Multimedia http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false
	Producción Multimedia / Comunicación visual http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false
	Audacity, editor de audio libre y multiplataforma http://audacity.sourceforge.net/?lang=es
	Tutorial Audacity http://audacity.sourceforge.net/manual-1.2/
Windows Live Movie Maker, editor de video http://windows.microsoft.com/es-ES/windows7/products/features/movie-maker	

	digital.			animación e interactividad para un medio periodístico digital.	interactividad para un medio periodístico digital.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es multimedia? - Elementos de una multimedia. - Tipología de proyectos multimedia. - El proceso de producción de una multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formatos básicos de audio. - Grabación y edición básica de audio: cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar audio en diferentes formatos. - Subir y compartir audios en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formatos básicos de video. - Grabación y edición básica de video: cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar video en diferentes formatos. - Subir y compartir videos en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas básicas para la producción multimedia. - Herramientas y recursos para la producción multimedia. 	
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico de doble entrada sobre los diferentes tipos de contenido multimedia,	Un audio producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar,	Un video producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar,	Una multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e	Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio,

Valores¹

- Ética periodística.
- Solidaridad en el trabajo en equipo.
- Aprendizaje cooperativo a través del uso de herramientas digitales.
- Respeto a los puntos de vista diferentes.
- Tolerancia a las críticas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4	Producto Integrador
Título	La Multimedia y sus elementos.	Producción y edición de audio.	Producción y edición de video.	Producción y edición de video.	Presentación del proyecto Multimedia
Objetivo	El estudiante conceptualizará la multimedia e identificará formatos de imágenes y tipografía adecuadas para el periodismo	El estudiante producirá y editará un audio; aplicado a un fin de carácter periodístico.	El estudiante producirá un video con un fin periodístico.	El estudiante producirá un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video.	El estudiante presentará un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e

**ANEXO 3. PROGRAMAS SINTÉTICOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE
(NO SE ANEXAN LOS PROGRAMAS DE LOS CURSOS DE APDYO PORQUE SON OPTATIVAS
Y LOS ALUMNOS PODRÁN TOMARLAS EN OTROS CENTROS UNIVERSITARIOS)**

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Producción Multimedia
Programa al que pertenece	Maestría en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Fidel Antonio Romero Álvarez
Asesor pedagógico	Ruth Medina
Fecha de elaboración	26 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante aplica la metodología, producción y edición de proyectos multimedia de calidad con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad para integrarlos en un proyecto de diseño web.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Teoría sobre conceptos básicos de multimedia.• Tipología de proyectos multimedia.• Contenidos digitales: imágenes, textos, audios, videos, mapas para la geolocalización, encuestas, entre otros.• Las herramientas y recursos para la producción multimedia.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Producción de contenidos en audio, texto y video.• Manejo técnico para abrir, editar, importar, guardar y convertir elementos multimedia.• Administración de contenido multimedia en una página web.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Permeables al medio tecnológico y de diseño web.• Observador, perseverante, y en continua investigación sobre producción multimedia.• Asumir roles e interés por producir multimedia.• Trabajo colaborativo en equipo.• Creativo en la producción de elementos multimedia.

Psicoterapia

- **Colaboración en los talleres de crecimiento de “Casa Loyola” en Guadalajara.**
(3 grupos)
- **Práctica Institucional**
DIF, Jalisco (2005-2006) - ITESO
- **Consulta Privada**
Sahuayo, Michoacán (2006-a la fecha) Guadalajara, Jal.

Proyectos académicos de investigación e intervención, así como voluntariados.

- **Sinergia Ciudadana: Observatorio Ciudadano**
Miembro del Consejo Asesor (2010-a la fecha)
 - **Participación en Proyecto con Indígenas**
“Misión de Guadalupe”
Con sede en la ciudad de Comitán Chiapas (Enero 2002)
 - **Investigación y aplicación de estrategias de innovación.**
Diagnóstico e intervención de una propuesta de mejora de la práctica educativa de docentes del albergue del Centro Mairo don Bosco que atiende a niños con en situación de calle.
Guadalajara Jalisco (Septiembre 1999 – Junio 2000).
 - **Investigación**
Diagnóstico institucional del Centro Mairo Don Bosco
Guadalajara Jalisco (Septiembre – Diciembre 2000).
 - **Investigación**
Diseño de un proyecto para la mejora institucional a partir de un análisis socio-cultural del Centro Mairo Don Bosco y sus destinatarios.
Guadalajara Jalisco (Febrero – Junio 2001).
 - **Investigación**
Sobre la forma de aprender en la formación para la vida religiosa en espacios multiculturales. Guadalajara Jalisco (Sep – Diciembre 2001).
 - **Intervención**
Desarrollo de habilidades socio-educativas que favorezcan el aprendizaje en espacios educativos multiculturales desde el Aprendizaje Cooperativo.
Guadalajara, Jalisco (Febrero – Junio 2002)
 - **Voluntariado**
Visitas semanales al “Hospital Civil de la Ciudad de Morelia Michoacán”
(septiembre de 1998 – junio de 1999)
 - **Voluntariado**
Visitas semanales al Tutelar de menores infractores
Guadalajara, Jalisco (Septiembre de 2001 – Junio de 2002)
 - **Voluntariado**
Tesorero de la “Red es Solidaridad”
Guadalajara, Jalisco (Marzo de 2003 - 2004)
-

Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003) Duración 8hrs.

- **Curso-Taller: "Diseño de Programas por Competencias Profesionales"**
Universidad Autónoma del Estado de México UAEM (Julio de 2003) Duración 20hrs.
 - **Curso-Taller: "Desarrollo de Objetos de Aprendizaje".**
Coordinación General del Sistema para la Innovación del Aprendizaje.
Universidad de Guadalajara (abril de 2003) Duración 30hrs.
-

Comités
académicos y
otras
actividades.

- **Miembro del Comité de Titulación de la Licenciatura en Educación**
UdeGVirtual (2009 a la fecha)
 - **Responsable Académico del Centro de Educación Continua y a Distancia**
Universidad Marista de Guadalajara (Septiembre de 2008 – Junio de 2011)
 - **"Evaluador en el Plan Estatal de Fortalecimiento de la Educación Normal (PEFEN 2009-2010)**
Subsecretaría de Educación Superior de la Secretaría de Educación Pública.
Ciudad de México (mayo de 2009) (junio 2009) (mayo de 2010) (mayo de 2011)
 - **"Comisión Académica para la Asesoría del diseño de cursos en línea de la Red Universitaria"**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003)
 - **"Comisión Académica para la evaluación de cursos en línea de la Red Universitaria"**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) (9 cursos evaluados)
 - **"Comisión Académica para la Asesoría del diseño y producción de los Objetos de Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara".**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003)
 - **"Miembro del Grupo de Apoyo Técnico de Apoyo Académico"**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003)
 - **"Comité de selección de ponencias para el XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia"**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003)
 - **Participación en el diseño del programa-taller: "Evaluación del diseño de cursos en línea",**
realizado en el marco del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:
"Evaluar: punto de reencuentro"
Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003)
 - **Participación en del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:**
"Evaluar: punto de reencuentro"
Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003)
-

General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Octubre 2007)
Duración 30hrs.

- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Agosto 2007) Duración 30hrs.
 - **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Agosto 2007) Duración 30hrs.
 - **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Julio 2007) Duración 30hrs.
 - **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Julio 2007) Duración 30hrs.
 - **Módulo 5: "Diseño y Gestión de Prácticas en la Formación por Competencias",**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara.
(Junio de 2007) Duración de 20 hrs.
 - **Módulo: "Evaluación y Asesoría por Competencias por Competencias en la Formación en Línea"**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (Diciembre 2006) Duración 20hrs.
 - **Módulo 3: "Evaluación y Asesoría por Competencias en la Formación en línea"**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (Noviembre 2006) Duración de 20hrs.
 - **Módulo 1: "La Comunicación en Ambientes Virtuales"**
Del diplomado Diseño y operación de cursos en línea.
Universidad de Guadalajara (Septiembre 2006) 40horas.
 - **Módulo 2: "Asesoría y retroalimentación en la formación por competencias",**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara.
(Julio de 2006) Duración de 20 hrs.
 - **Taller: "La construcción de redes de conocimiento, una metodología para la transdisciplina",**
realizado en el marco del XIII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:
"Redes de Conocimiento" Universidad de Guadalajara. Diciembre 2004.
 - **Taller: "Evaluación del diseño de cursos en línea"**
realizado en el marco del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:
"Evaluar: punto de reencuentro"
-



	<p>Guadalajara Jalisco (Octubre 2003)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Curso-Taller: "Evaluación al Desempeño Estudiantil en Ambientes Virtuales de Aprendizaje" Universidad de Guadalajara (Julio 2003) • V Encuentro de Profesionales de la Educación "Educar para Humanizar" Universidad la Salle Guadalajara Taller: Educar en las Diferencias (2003) • X Simposium de Educación "Instituciones Educativas para la Construcción de una Comunidad de Aprendizaje". ITESO (Septiembre 2002) • Taller de Diseño de Material para el Aprendizaje Autogestivo. Centro Mairo Don Bosco. Guadalajara, Jalisco (Septiembre 2002) • Congreso de Educación "Experiencias Educativas en el Siglo XXI". Escuela Normal Queretana, Querétaro. (Marzo 2002). Participante y Ponente "Experiencia de Intervención en una Institución que Atiende a Niños de la Calle." "Niño Institución y Sociedad" • I Encuentro Nacional de Desarrollo Social: "Marginación y Pobreza" y Tercer Encuentro Nacional sobre el Menor y el Mundo de la Calle Universidad de Guadalajara Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (Abril 2001) • II Foro y Primer Encuentro Nacional del Menor y el Mundo de la Calle, "Metodologías de Intervención" Universidad de Guadalajara Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (Abril 2000) • Curso Básico de Pastoral Vocacional Comisión Episcopal de Seminarios y Vocaciones (Octubre de 1999)
<p>Cursos y talleres impartidos para la formación permanente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Módulo 2: Procesos de Cambio Del diplomado en Acompañamiento para el Desarrollo del Potencial Humano Universidad Marista de Guadalajara (Agosto 2009) • Módulo 3: Modelos pedagógicos del siglo XXI Del diplomado en Gestión Directiva de Instituciones Educativas Universidad Marista de Guadalajara (Agosto 2009) • Módulo : "El proyecto de intervención escolar como instrumento de diagnóstico y evaluación para promover la gestión pedagógica en la escuela." Del diplomado en Gestión Educativa y Estratégica de la Supervisión Escolar" para Supervisores y Jefes de sector de la Secretaría de Educación Pública. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (Marzo 2009) Duración 25 hrs. • Curso: "Construcción de Estrategias de Aprendizaje desde la perspectiva Constructivista" A docentes de la Preparatoria No. 6 de la Universidad de Guadalajara (enero 2008) Duración 20hrs. • Curso: "Evaluación del Aprendizaje" A docentes del Sistema de Universidad Virtual por medio de la Coordinación

Asistencia y participación en cursos y congresos

- **Proulex Certificado Avanzado: Inglés**
Universidad de Guadalajara. Proulex (160hrs) Diciembre de 2010
 - **Curso: "Diseño de cursos de capacitación basados en Estándares de Competencia"**
Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales.
(Octubre de 2010)
 - **Proulex Certificado: Inglés**
Universidad de Guadalajara. Proulex (160hrs) Agosto de 2010
 - **Curso de Capacitación de Instructores para el Módulo II "Desarrollo de Competencias del Docente en Educación Media Superior"**
Del diplomado en Competencias Docentes en el Nivel Medio Superior (Nov. de 2009)
 - **Curso de Inglés como Segunda Lengua**
Universidad de Regina, En Regina, Saskatchewan, Canadá, (Verano 2008)
 - **Congreso: 1er Congreso Internacional "Intervención y Praxis Comunitaria"**
Ponencia: "Construcción de grupos de apoyo comunitario".
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Facultad de Psicología
(Octubre del 2007)
 - **Seminario: "El Acto suicida: Crónica de un anuncio sin esperanza ¿Será siempre así?"**
Red Interinstitucional para la Prevención del Suicidio en el Estado de Jalisco.
(Septiembre del 2007)
 - **"II Seminario Internacional en Gestión Gubernamental y Políticas Públicas para el Desarrollo"**
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente ITESO
(Julio de 2007)
 - **Curso-Taller: "Planificación, Gestión y Evaluación de Proyectos Sociales"**
Departamento de Salud Psicología y Comunidad
ITESO (Octubre de 2006)
 - **Seminario: "Investigación Fenomenológica Crítica en Psicología y Psicopatología"**
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente ITESO,
Departamento de Salud Psicología y Comunidad
Impartido por: Dra. Virginia Moreira (Junio de 2006)
 - **Taller: Focusing nivel 1**
Khuítani Consultores S.C. (Junio de 2005)
 - **Seminario Internacional "Diálogos Sobre la Interdisciplina"**
Observatoire des Réformes Universitaires e ITESO (Septiembre 2004)
 - **XI Simposium de Educación "Educar para la vida"**
ITESO (Marzo 2004)
 - **Curso "Básico de lecto-comprensión en Inglés"**
Universidad de Guadalajara PICASA (Octubre de 2003)
 - **II Encuentro Internacional de Educadoras y Educadores Populares "Resignificando el papel de las y los educadores populares en el contexto de las Américas"**
Highlander Research and Education Center
Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario IMDEC
-

CURRICULUM VITAE

LUIS FERNANDO RAMÍREZ ANAYA

Datos personales	<ul style="list-style-type: none">• Fecha de nacimiento: 22 de Noviembre de 1978• Lugar de nacimiento: Sahuayo, Michoacán.• Domicilio actual: en Zapopan, Jalisco, México• Teléfono: (52 33) 1581-2509 (Casa).• Celular: (52 33) 1196-8806• Correo Electrónico: luisfernandoram@yahoo.com• Estado civil: Soltero.
Formación	<ul style="list-style-type: none">• POSGRADO Maestría en Comunicación Universidad de Guadalajara. Departamento de Estudios de la Comunicación Social (2004 – 2006). Programa dentro del CONACYT• POSGRADO Maestría en Psicoterapia Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente Departamento de Salud, Psicología y Comunidad (2005 – 2006) Maestrante• GRADO Licenciatura en Desarrollo Educativo Institucional Universidad La Salle Guadalajara. Guadalajara, Jalisco (1999 – 2003).• GRADO Licenciatura en Ciencias Religiosas. Universidad La Salle Guadalajara.(Sin RVOE) Guadalajara, Jalisco (1999 – 2003).• PREPARATORIA Hnos. López Rayón Sahuayo, Michoacán (1994 – 1997).
Categorías y distinciones académicas	<ul style="list-style-type: none">• Profesor Titular Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente Departamento de Salud, Psicología y Comunidad (15 de Mayo 2009)• Profesor de Tiempo Completo Universidad de Guadalajara Sistema de Universidad Virtual (1 de Febrero de 2011)

Básica

- Orellana Valdés, Ramón (08/2009). *Mapas conceptuales y aprendizaje significativo*. El Cid Editor, Apuntes. Argentina. 9 p. (E-libro).
- León Ramírez, Manuela (08/2009). *Multimedia*. El Cid Editor, Apuntes. Argentina. 29 p. (E-libro).
- Chaljub Duarte, José A. *Videos a la medida de las necesidades de las clases*. Pedagogía Universitaria. Vol. 14, No. 3, 2009. Editorial Universitaria, Cuba, 2009. (E-libro 10 p.).
- McAdams, Mindy. (Septiembre 2009). *Guía de habilidades multimedia para periodistas*. Tr. María Elena Brizuela. 1-33p. <http://www.jou.ufl.edu/faculty/mmcadams/PDFs/RGMPespanol.pdf>
- Warner, Janine. *Perfil de la presentación multimedia*. <http://jcwarnar.com/colombia/multimedia-instrucciones.html>
- Juan Carlos Camus (octubre 2009) *Tienes 5 segundos*, Página 92-95, Tipografía, la letra correcta.

Complementaria

- Instrucciones para ejecutar un proyecto multimedia
Jane Steven
- Herramientas Digitales para Periodistas
Sandra Crucianell
- Taller de Multimedia
<http://tallermultimedia.blogspot.com/>
- Guion Multimedia
<http://www.guionweb.net/>
- Preproducción Multimedia
<http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Producción Multimedia / Comunicación visual
<http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Juan Ignacio Rodríguez Navarro. (9 abril 2008). "Tipos de

formatos o archivos de audio". En Desarrolomultiemdia.es
<http://www.desarrollomultimedia.es/articulos/tipos-de-formatos-o-archivos-de-audio-y-codecs.html>

- Thinkfree. Editor de textos libre en línea.
<http://member.thinkfree.com/member/goLandingPage.action>
- Audacity, editor de audio libre y multiplataforma
<http://audacity.sourceforge.net/?lang=es>
- Tutorial Audacity
<http://audacity.sourceforge.net/manual-1.2/>
- Windows Live Movie Maker, editor de video
<http://windows.microsoft.com/es-ES/windows7/products/features/movie-maker>
- Edición de videos con Windows Media Maker
<http://explore.live.com/windows-live-movie-maker-video-editing-using>
- Jaycut, editor de videos en línea
<http://jaycut.com/>
- Youtube, subir y compartir videos en internet
<http://www.youtube.com/>
- Soundcloud, subir y compartir audios en internet
<http://soundcloud.com/>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Gestión y administración de audiencias y usuarios
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Esther Vargas
Asesor pedagógico	Carmen Coronado
Fecha de elaboración	20 de julio de 2011

2. COMPETENCIA

Manejo y gestión de usuarios y comunidades en redes sociales con fines periodísticos.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Impacto de las redes sociales en el periodismo y el actual escenario 2.0.- Qué es una marca digital y cómo crear identidad en línea.- Monitoreo de redes sociales.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">- Practicar y reflexionar sobre los cambios en las redes sociales.- Practicar y reflexionar sobre los contenidos que generan los usuarios en las redes sociales.- Estrategias para manejar los medios sociales bajo dos claves: conversar y escuchar.- Aprender a integrar redes sociales para maximizar presencia en la web.- Transmitir pautas a los miembros de la redacción con la finalidad de que cada uno de los periodistas que integran la organización actúen como CM.- Ejercitarse herramientas para mejorar el monitoreo de redes sociales.

Actitudes	<p>Apertura ante nuevos retos</p> <p>Apertura para trabajar en equipo</p> <p>Interés por manejar diversas redes sociales o comunidades</p>
Valores ¹	<p>Ética periodística</p> <p>Tolerancia a la frustración</p> <p>Tolerancia a las críticas</p> <p>Buen uso e interpretación de la información</p>

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Los participantes serán capaces de analizar buenas prácticas en redes sociales y trabajarán en las pautas necesarias para instalar Twitter y Facebook en la redacción del medio para el cual laboran.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Guía de buenas prácticas para el uso y gestión de redes sociales" que incluya pautas y estrategias para llevar a cabo la gestión, manejo y medición de redes sociales.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4	Unidad 5
Título	Las redes sociales: el nuevo escenario de los medios y de	La marca digital del periodista. Reputación online y dilemas	Las redes sociales como plataforma de diálogo con la	Todos somos Community Manager en la redacción	Monitoreo y medición del impacto de las redes sociales

	los periodistas	éticos	audiencia		
Objetivo	Analizar el impacto de las redes sociales en el periodismo y el actual escenario 2.0.	Reconocer la importancia de tener una marca digital y comenzar a crear una identidad en línea.	Desarrollar estrategias para manejar las redes y comunidades sociales bajo dos claves: conversar y escuchar.	Aplicar en la organización pautas y estrategias para que los periodistas actúen como CM.	Usar herramientas para monitorear y medir el impacto que tienen las redes sociales en la difusión de información periodística
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> -El Concepto de red social y web 2.0 -Tipos de redes sociales. -Facebook y Twitter -Las redes sociales como fuente de información - -Características del nuevo consumidor en las redes sociales -Trabajar de la mano con la audiencia 	<ul style="list-style-type: none"> -Qué es marca digital -10 señales de que tienes una marca digital como periodista -Reputación online. -¿Cómo ser un usuario confiable? -Manuales de ética para periodistas en las redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> -Cómo dialogar con la audiencia -Por qué debo escuchar -Cómo aprovechar las fuentes para crear contenido en línea -Los ciudadanos, aliados de los periodistas. -La audiencia generadora de contenidos 	<ul style="list-style-type: none"> -¿Qué es y cuáles son las funciones de un Community Manager? -Las redacciones necesitan un Community Manager. ¿Dónde encontrarlo? -El Community Manager en la redacción 	<ul style="list-style-type: none"> -Monitoreo de Twitter y Facebook -Medición de Twitter y Facebook

	en las redes sociales				
	- Casos de éxito en el uso de redes sociales para la innovación, distribución y comunicación				
Producto de la unidad	Documento donde se explique la importancia de las redes sociales para su labor periodística	Decálogo de buenas prácticas para debatirlo con su medio.	Documento con la estrategia de gestión y manejo de audiencias que incluya cómo manejar contenidos producidos por los usuarios de redes sociales.	Documento con la estrategia para motivar a miembros de la redacción a convertirse en Community manager. Incluir cómo se maximizará presencia de la organización en la web.	Reporte de medición y monitoreo de redes sociales.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

- 1 Universo geo social

Registro en Twitpic Un ejemplo del poder de Twitter

Cifras sobre el uso de redes sociales por parte de los periodistas

Lee Anderson y las redes sociales

8 consejos para que Facebook sirva a tu medio

Twitter se consolida en la televisión

Cómo generar buen contenido para Internet de la mano con las audiencias

2 Consejos para los jóvenes periodistas en la era digital. Nate Silver durante la ceremonia de graduados de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia. Documento completo.

10 señales para determinar que tienes una marca digital.

Reputación online

Storify: Periodistas, redes sociales y manual.

10 buenas prácticas para el manejo de redes sociales recomendadas por la Sociedad de Editores

Cuenta personal y cuenta profesional. ¿Son necesarias dos?

The Washington Post también mete la pata en Twitter

3 7 claves para mejorar tu relación con la audiencia

Cómo solucionar una crisis en Twitter

Guía para usar Facebook como periodista

30 consejos y 20 razones para que las empresas participen las redes sociales

4 10 consejos para un community manager

Facebook para periodistas

Los periodistas no usan Facebook de manera profesional

La función del Community Manager -Ebook

Ser periodista, Community Manager, entrenador de equipo y mucho más

Para Facebook, los periodistas debemos ser la mejor fuente de noticias

5 Recursos para aprovechar Twitter.

Guía Twitter para periodistas (en inglés)

Facebook Insights

Complementaria

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Ética y deontología del periodismo
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Mtro. Hugo Concepción Rodríguez Chávez/Mtra. Rosa Eugenia García Gómez
Asesor pedagógico	Mtra. Ana Fabiola Mora López
Fecha de elaboración	28 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante juzga casos de controversia de manejo de información en medios digitales con base en criterios de ética periodística.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<p>Códigos de ética periodística.</p> <p>Casos controversiales de elecciones éticas en el quehacer periodístico internacional.</p> <p>Normativas internacionales relacionadas con la libertad de expresión.</p> <p>Deontología periodística.</p>
Habilidades	<p>Aplicación de juicios éticos en el desarrollo de las producciones periodísticas en medios digitales.</p> <p>Defensa de la libertad de expresión</p>
Actitudes	<p>Reflexiva pues las elecciones éticas no siempre son fáciles de hacer.</p> <p>Apertura para el discernimiento de la elección entre acciones periodísticas buenas y mejores.</p>
Valores ¹	<p>Tolerancia para admitir que no siempre nuestros juicios corresponden a una ética reflexiva que se construye con la</p>

participación de otros.

Responsabilidad social inherente al ejercicio periodístico

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Elaboración de un código ético del plan estratégico de una empresa periodística digital.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Ética y deontología periodística	Libertad de expresión	Independencia periodística	Nuestro código de ética
Objetivo	El estudiante analizará	El estudiante analizará casos de	El estudiante analizará casos exitosos	El estudiante construirá un código de ética

		casos de controversia ética.	violaciones a la libertad de expresión.	de independencia periodística en medios digitales.	de la empresa periodística digital.
Contenido		-Códigos éticos. -Casos internacionales de controversia de ética periodística. -Códigos deontológicos	Leyes internacionales que fundamentan la libertad de expresión.	Casos de empresas periodísticas que se caracterizan por su libertad en el manejo de información.	Elementos deontológicos del periodismo
Producto de la unidad	de la	Ensayo relativo a una alternativa de manejo de información en un medio digital, con base en fundamentos éticos.	Ensayo acerca de un caso de violación de la libertad de expresión y aplicación de un juicio ético.	Cuadro comparativo de 10 empresas periodísticas digitales que manejan información con diferentes grados de ética	Elaboración de un código de ética propio

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Básica**
- AZNAR, Hugo, (2005). Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios. Paidós, Barcelona.
- Kapuscinski, Ryszard, ¿Reflejan los media la realidad del mundo? Nuevas censuras, sutiles manipulaciones. Consultado el 28 de octubre

de 2011 en

<http://www.upf.edu/materials/fhuma/etfipo/eticaa/docs/35.pdf>

RESTREPO, Javier Darío, (2006), 40 lecciones de ética, Debate, Caracas.

RESTREPO, Javier Darío, (2004), El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística, FCE, México.

[[file:///C:/Users/Norma/Downloads/bibliografias\ tica, moral y periodismo.pdf]..\Downloads\bibliografias\ética, moral y periodismo.pdf]
[[https://docs.google.com/Doc?docid=0Acn7OwMdrhzSZGQ2YjVzaGpfMTkwZDZja3Q1cmY&hl=en [Código de ética del reportero de OhMyNews]]
10 cuestiones a considerar antes de publicar una nota_

Complementaria

Código de La Crónica

Código de El Universal

Código de El Porvenir

Código del Foro de Periodismo Argentino

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 5 (Mejoramiento de la organización)
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Elva Araceli Fabián González
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/Noviembre/2011

2 COMPETENCIA

El estudiante realiza propuestas para mejorar los procesos y espacios de producción informativa, con base en el conocimiento previo de las características de su audiencia y de su empresa así como de los marcos legales dentro de los cuales se encuentra adscrito. Identifica estrategias de vinculación interinstitucional y da cuenta de las dinámicas de comercialización que permiten perfeccionar los procesos laborales de la empresa mediática para la cual trabaja, así como proporcionarle herramientas para la generación de un espacio informativo propio.

3 ATRIBUTOS DE LA COMPLETENCIA

Conocimientos	Este es un curso de aplicación de las lecciones aprendidas en cursos anteriores durante la licenciatura, por lo que no hay conocimientos específicos identificados.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Identificar las necesidades de la empresa mediática para crear una propuesta de mejoría en la calidad del producto que genera (información).• Emplear (poner en práctica) los conocimientos teóricos y prácticos vistos a lo largo de los semestres para lograr la consolidación de la mejoría dentro de la empresa informativa, así como la creación de un proyecto informativo propio.• Ejecuta la propuesta de mejora del proyecto.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Propositivas en la búsqueda y consolidación de nuevos espacios informativos.• Compromiso con la calidad de la información

Valores¹

- Capacidad negociadora entre lo que representa el producto informativo, las exigencias institucionales y las necesidades comerciales.
- Integridad ética
- Compromiso social

- Ética
- Responsabilidad
- Compromiso
- Sensibilidad ante la detección de necesidades de la organización
- Valoración y características de los diversos espacios informativos.
- Valorar de manera crítica y constructiva a través de la autoevaluación las diversas etapas de los proyectos a fin de generar cambios o modificaciones adecuadas a los diversas organizaciones informativas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.

Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos estratégicos y propuestas de intervención para la mejora de procesos y área de producción de comunicación de información en organización de medios de los ámbitos públicos y privados.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Trabajar una propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de producción informativa y estrategias de vinculación y comercialización que tome en cuenta los conocimientos previos tales como: los procesos administrativos, editoriales y las respectivas audiencias del medio informativo elegido que permitan no solo coadyuvar a incrementar la calidad de la empresa en que se labora, sino también que impulse a crear una propio.

6 RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Fortalezas y debilidades	Entramado teórico – práctico de conocimientos	Plan de Mejoras	
Objetivo	Identificar, analizar y comparar las debilidades y las fortalezas del medio informativo que le permitan desprenderse de la generalidad y dar cuenta de la particularidad.	Dar cuenta de algunas propuestas teóricas que sustenten el proyecto que se desarrolla a lo largo de los cursos y se presentará. Para lo cual será necesario tomar en cuenta los procesos (administrativos, editoriales, empresariales) involucrados en los medios.	Reflexionar sobre la existencia de las particularidades del espacio informativo como un factor determinante en la construcción de la noticia. Repensar las estrategias de producción de información y la relación con los medios vinculantes (instituciones que marcan agendas:	

Contenido

El estudiante adquiere herramientas para lograr un análisis de las necesidades y características propias de la empresa mediática tomando en cuenta todas las aristas que los componen.

(procesos y espacios de producción informativa, así como las estrategias de vinculación y comercialización)

El estudiante es capaz de comparar dichas características y objetivizar de manera concreta el espacio particular dentro del cual se

El estudiante ubica y reflexiona sobre la construcción y utilidad de los marcos conceptuales que le permiten visualizar las características contextuales de los diversos espacios informativos para actuar (implementar el proyecto) en consecuencia.

El estudiante relaciona las propuestas teóricas con las prácticas, es decir, evidencia los contrastes la realidad con la utopía y justifica la necesidad de una mejoría en su

políticas, económicas, culturales) ante la vorágine informativa actual, que permitan producir información de calidad a públicos activos y estratificados.

El estudiante plantea su proyecto de mejora con los trabajos realizados previamente en el cual integra no solo lo leído, analizado y reflexionado, sino además su propia crítica y construcción de un mejor medio informativo adecuada a las condiciones particulares de la empresa.

	encuentra su medio.	espacio de producción informativa que le permita intervenir de manera sustentada y lograr acceder con un medio propio en el mercado de la información.	
Producto de la unidad	Reporte sobre las debilidades y fortalezas de la empresa con datos sustentados en material leído que argumente dicho análisis.	Construir un reporte sobre alguna(s) propuesta(s) teórica(s) adecuada(s) a las necesidades de su empresa o que mejor reflejen y argumenten la implementación de una mejora.	Producto integrador. Proyecto teórico metodológico que exponga las características de un medio en particular inserto en una dinámica social (que le determina) en el que se incluya todos los procesos anteriores correspondientes a la constitución del medio interno – externo.
	Elaborar un cuadro de identificación de necesidades y características existentes y compararlo con mejoras deseadas.	Una vez construido el abordaje anterior presentar un reporte con datos metodológicos sobre las actuales particularidades de los procesos y espacios de producción informativa, así como de las estrategias de vinculación y comercialización del contexto y tiempo actual.	

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompSubir etencias) dependieSubir ando de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Básica
- Avogadro, Marisa (2004). "NTIC, Convergencia, Tecnología Multimedia...algunas aproximaciones", en *Revista Razón y Palabra* No. 41, octubre [En línea, julio de 2008] Disponible en www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2004/octubre.html.
- Baltazar Paz, Luis Enrique. (2006). "Sistemas Gestores de Contenidos. Disponible" en *Mati Sobre la letra Digital* [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.mati.unam.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=75&Itemid=49.
- Burch, Sally (2005). "Palabras en juego" en Ambrosi et al. *Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. Ed C&F Editions.
- Castells, Manuel (2006a). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Vol. 1 (7ª ed.)*. México: Siglo XXI Editores.
- Flores Vivar, Jesús y Arruti, Alberto Miguel (2001). *Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. México: Limusa
- Fundación Opti (2004). "El futuro de los medios de Comunicación ante el impacto de las nuevas tecnologías" en *Estudio de Investigación del Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial*. [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.opti.org/publicaciones/pdfs/medios_comu.pdf.
- Jensen, Klaus Bruhn (2002). "Introduction: The state of convergence in media and communication research" En *A Handbook of media and Communication research: Qualitative and Quantitative*

Methodologies. London, England: Routledge, pp. 1-11.

Machado Elias y Palacios Marcos (2003). *Modelos de Jornalismo Digital*. Brasil: Facultad de Comunicación, Universidad Federal de Bahía, Ediciones GJOL.

Martínez Rodríguez, Lourdes (2004). Nuevos contenidos, nuevas rutinas, nuevo lenguaje: la reconversión del periodista hacia el comunicador digital, en Aguado, Juan .M. (coord.) (2004). *E-comunicación. Dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*. Sevilla: Comunicación y Sociedad Ed.

Complementaria

Armenta Vizueta, José et al (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.

Hernández. Ramírez, María Elena (2004). "Mirada sociológica al periodismo mexicano" en *Revista Mexicana de Comunicación* [En línea Junio de 2008]. Disponible en www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/mirada.htm.

_____. (1997). "Sociología del Periodismo: Una Introducción" en Hernández, M. Elena (Compiladora). *Antología Sociología del Periodismo*. México: UdeG, CUCSH, DECS, pp. 15-23.

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Fundamentación legal de los medios en México
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Israel Tonatiuh Lay Arellano
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/11/11

2 COMPETENCIA

Pensamiento crítico, reflexivo y analítico sobre los actores y procesos del contexto de discusión, génesis y aplicación de la legislación de los medios en nuestro país.

3 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento de la génesis legislativa• Conocimiento de los procesos de discusión en torno a la legislación de medios• Conocimiento del contexto del impacto de la legislación de medios en la vida cotidiana
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad reflexiva acerca de los procesos sociopolíticos en la discusión de la legislación de medios• Crítica sobre los procesos de impacto en la aplicación de la legislación de medios
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Interés por el contexto sociopolítico de la génesis y aplicación de la legislación de medios
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">• Ética periodística• Compromiso social a favor del interés común

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. CUMPLIMIENTO GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Ensayo de análisis contextual del marco legal y constitutivo a través de la metodología de casos.

6. RECORTE DE CONTENIDO (Unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Antecedentes de la legislación de medios.	La reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión de 2006.	La acción de inconstitucionalidad en contra de la "Ley Televisa" y las propuestas legislativas posteriores.
Objetivo	El alumno conocerá el marco normativo, y su contexto sociopolítico, que antecede a la actual legislación de medios.	El alumno conocerá el contexto sociopolítico y los principales actores del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la reforma a la LFRyT y a la Ley Federal de Telecomunicaciones	El alumno conocerá el proceso de la discusión de la Acción de inconstitucionalidad en contra de la "Ley Televisa" y las propuestas legislativas posteriores en la materia.

<p>Contenido</p>	<p>El marco normativo previo a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyT) de 1960.</p> <p>La LFRyT 1960.</p>	<p>(LFT) de 2006.</p> <p>La mesa para la reforma integral de los medios electrónicos de comunicación del año 2000.</p> <p>El decreto de reforma al reglamento de la LFRyT de 2001 y la iniciativa ciudadana.</p> <p>La propuesta de reforma a la LFRyT y LFT de 2005.</p> <p>La génesis de la "Ley Televisa"</p>	<p>La Acción de inconstitucionalidad de la "Ley Televisa".</p> <p>El dictamen Sotelo-Beltrones (2009) y la iniciativa Corral-Madero (2010).</p>
<p>Producto de la unidad</p>	<p>Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la Ley Federal de Radio y TV de 1960.</p>	<p>Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la "Ley Televisa".</p>	<p>Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del dictamen Sotelo-Beltrones y de la iniciativa Corral-Madero.</p>

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

Básica

Alva, Alma Rosa & Esteinou, Javier (Coordinadores)

- 2010 *La Ley Televisa*, UAM-Senado de la República, México.

Calleja, Aleida

- 2007 "Acción de inconstitucionalidad ¿qué es y por qué se presentó?", archivo de audio, <http://sonoridades.amarcMexico.org/>

Cantú, María Elena

- 2005 *Medios y poder. El papel de la Radio y la Televisión en la Democracia Mexicana*, Grupo Editorial Norma, México.

Corral, Javier & Arredondo, Pablo

- 2007 *La Ley Televisa: balance y perspectiva*, Universidad de Guadalajara-AMEDI, México.

Cremoux, Raúl

- 1982 *La legislación mexicana en radio y televisión*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.

Fernández Christlieb, Fátima

- 1982 *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos Editor, México.

-
- 2007 "¿Cómo se constituyó Televisa en un poder fáctico?", en: *Revista Nexos* 352, México, D.F., abril de 2007.

Gutiérrez López, Roberto

- 2005 *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política, el caso mexicano*, UAM-Ediciones

Pomares, México.

Mejía Barquera, Fernando

- 1989 *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (1920-1980)*, Fundación Manuel Buendía, México.

Suprema Corte de Justicia de la Nación

- 2007 *¿Qué son las acciones de inconstitucionalidad?*, Suprema Corte de Justicia de la Nación, México.

Trejo, Raúl

- 2002 "15 mentiras del Gobierno y la CIRT", en *Revista Zócalo*, noviembre de 2002, México, DF.

- 2004 *Podere salvajes: Mediocracia sin contrapesos*, Editorial Cal y Arena, México.
Villamil, Jenaro

- 2007 "Poder-dinero-medios y elecciones" en *Vázquez Federico & Moritz Jürgen*, *El triángulo de las bermudas: el financiamiento de la política en México*, Fundación Friedrich Ebert Stiftung, México.

Complementaria

Ávila Pietrasanta, Irma; Calleja Gutiérrez, Aleida; Solís Leere, Beatriz

- 2002 *No más medios a medias*, fundación Friedrich Ebert-México, Senado de la República, México.

Castro Leal, Antonio

- 1969 "Radio y televisión", en: *Los medios de comunicación de masas en México*, Serie Estudios 10, UNAM, México.

Hernández, Francisco & Orozco, Guillermo

- 2007 *Televisión en México, un recuento histórico*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

Lay Arellano, Israel Tonatiuh

2005 *Análisis del proceso de la Iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica*, Universidad de Guadalajara, México.

Olgún, Francisco

2007 *Democracia y Medios de Comunicación en América Latina*, Secretaría de Gobernación, México.

Ortega, Patricia

2006 *La otra televisión, por qué no tenemos televisión pública*, UAM-Editorial E, México.

Romo, Cristina

1990 *La otra radio, voces débiles, voces de esperanza*, Fundación Manuel Buendía - IMER, México.

Sánchez, Enrique

2005 *Medios de Comunicación y Democracia*, Grupo Editorial Norma, Colombia.

Trejo, Raúl

2008 "Azcárraga Jean, protegido de Zedillo", en *Revista Zócalo*, marzo de 2008, México, DF.

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Brisa L. Barbosa Magaña
Asesor pedagógico	Mtra. Carmen Coronado
Fecha de elaboración	25/11/2011

2 COMPETENCIA

El estudiante analiza las funciones y políticas organizacionales y administrativas un medio

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<p>Modelos de organizaciones.</p> <p>Metodología de análisis institucional.</p> <p>Técnicas de diagnóstico.</p> <p>Elaboración de estrategias operacionales.</p>
Habilidades	<p>Promover estrategias y servicios novedosos para presentar resultados acordes a los fines de la organización.</p> <p>Manejo de técnicas de medición de indicadores de mejora en los procesos de la organización.</p> <p>Identificar problemas vinculados con los procesos de una organización.</p>

Actitudes

Actitud crítica para identificar los problemas y oportunidades en la organización.

Valores¹

Responsabilidad en el cumplimiento de los compromisos y funciones.

Consecuentes en la práctica con los valores y servicios que promueve su organización.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción

El estudiante elabora un diagnóstico de las funciones y políticas organizacionales y administrativas de un medio.

6. REGISTRO DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Estructuras y diseño organizativo	Modelos de análisis de la administración	Diagnóstico corporativo

Objetivo	Analizará las relaciones funcionales y de procesos que conforman la cadena de valor en su medio	Identificar los modelos y las herramientas que se utilizan para gestionar las principales áreas funcionales en su medio	Elaborar un diagnóstico del medio donde labora
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> - Características y estructura organizacional - Tipología de relaciones funcionales y de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección estratégica. - La comunicación interna en la empresa. - Procesos administrativos de planificación, marketing, finanzas, recursos humanos, operaciones, innovación y tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> - Plantillas y gráficas sobre modelos de análisis - Formatos y plantillas sobre técnicas de intervención
Producto de la unidad	Descripción de la organización en la que trabaja y deberá contextualizarla incluyendo los procesos internos.	Identificación de los actores clave de los procesos institucionales de la organización donde labora y análisis de los procesos organizacionales	Reporte sobre la análisis y sistematización de los procesos organizacionales del medio donde labora.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

Gerencia y planeación estratégica Escrito por Jean Paul Sallenave

Manual De Planeación Estratégica/ Manual of Strategic

Planning

Martín G. Álvarez Torres

Conceptos de administración estratégica

Fred R. David

Fundamentos de administración: conceptos esenciales y aplicaciones

Stephen P. Robbins, David A. De Cenzo - 2009

Administración

Stephen P. Robbins - 2005

DIRECCION Y PLANIFICACION ESTRATEGICAS EN LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES : UN ...

Andrés Fernández Romero - 2004

Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas

Kathy Matilla - 2008

Complementaria

Video <http://video.google.com/videoplay?docid=-8844119693217626547>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Contextualización de la investigación periodística
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	30 noviembre de 2011

2. COMPETENCIA

Que el estudiante contextualice a través de la documentación y análisis de información el tema sobre el cual planea realizar una investigación periodística.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Documentación de información-Búsquedas avanzadas de información-Contrastación y verificación de la información
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Para la investigación y búsqueda de información-Para contrastar y verificar datos-Para reflexionar y comprender información-Para sintetizar
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Interés para investigar-Apertura para trabajar bajo presión-Autocrítica, para mejorar lo realizado-Creativa, para generar nuevos contenidos-Tolerancia a las críticas
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">-Respeto a las diferencias de opinión y honestidad intelectual.-Precisión y concisión

- Veracidad
- Ética periodística
- Solidaridad para trabajar en equipo
- Respeto a los puntos de vista diferentes

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Estado de la cuestión (antecedentes o contextualización) del tema sobre el cual se realizará una investigación periodística.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Investigación y documentación del tema a investigar	Evaluación de recursos y fuentes	Redacción del estado de la cuestión (antecedentes de la investigación)
Objetivo	Localizar la información publicada sobre el tema	Analizar y contrastar la información y las fuentes	Redactar el estado de la cuestión (antecedentes)

	a investigar	para verificar que sean veraces y de calidad	del tema a investigar
Contenido	-Qué se ha publicado sobre el tema que voy a investigar -Búsquedas avanzadas de información sobre el tema en Internet -Búsquedas de libros, revistas o reportes académicos.	-Verificación de fuentes -Contrastación de datos -Selección final de las fuentes de información que se incluirán en los antecedentes de la investigación	- Sistematización y análisis crítico de la información y las fuentes consultadas -Cómo citar las fuentes consultadas
Producto de la unidad	Mapa conceptual donde se detalle el tipo de fuentes e información localizada que se consultará.	Borrador del estado de la cuestión (antecedentes) del tema a investigar.	Estado de la cuestión (antecedentes sobre el tema a investigar).

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

CARRIZO, G.: Manual de fuentes de información. Madrid: CEGAL, 1994

- CODINA, L. Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos. Revista Española de Documentación Científica, 2000, vol. 23, n. 1, p. 9-44

- CODINA, L. Parámetros e indicadores de calidad para la evaluación de recursos digitales. En Jornadas Españolas de Documentación (7. 2000. Bilbao). La gestión del conocimiento: retos y soluciones de los

profesionales de la información. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2000, p. 135-144.

- MERLO VEGA, José Antonio: La evaluación de la calidad de la información web: aportaciones teóricas y experiencias prácticas. En Recursos informativos: creación, descripción y evaluación. Mérida: Junta de Extremadura, 2003, p. 101-110. (Sociedad de la información, 8). Disponible en Web: <http://exlibris.usal.es/merlo/escritos/calidad.htm>

- New York University Bobst Library How to evaluate Information [en línea] < <http://library.nyu.edu/research/tutorials/evaluate> > [Consulta: mayo 2005]

- Iowa State University. Library. Evaluación de páginas web [en línea] <http://www.lib.iastate.edu/commons/resources/evaluation/index_esp.html> [Consulta: mayo 2005]

Complementari
a

"Cómo evaluar fuentes de información". Universidad de Malaga, Biblioteca Universitaria (en línea): <http://www.uma.es/ficha.php?id=78348>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 3: mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias
Programa al que pertenece	licenciatura en periodismo digital
Experto disciplinar	Rodrigo González Reyes
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	01/12/11

2. COMPETENCIA

El estudiante mejora y diversifica los servicios informativos de las audiencias de una organización

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Tipificación de las actividades de información en la organización-Niveles de organización de las actividades de información en la organización-Diversificación y mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Identificar las formas de tipificación de las actividades de información en la organización-Identificar niveles de organización de las actividades de información en la organización-Identificar las necesidades de diversificación y mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Perspicacia para identificar las variaciones en las necesidades de información-Tenacidad para llegar al fondo de los problemas informativos

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 3: mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias
Programa al que pertenece	licenciatura en periodismo digital
Experto disciplinar	Rodrigo González Reyes
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	01/12/11

2. COMPETENCIA

El estudiante mejora y diversifica los servicios informativos de las audiencias de una organización

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Tipificación de las actividades de información en la organización-Niveles de organización de las actividades de información en la organización-Diversificación y mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Identificar las formas de tipificación de las actividades de información en la organización-Identificar niveles de organización de las actividades de información en la organización-Identificar las necesidades de diversificación y mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Perspicacia para identificar las variaciones en las necesidades de información-Tenacidad para llegar al fondo de los problemas informativos

profesionales de la información. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2000, p. 135-144.

- MERLO VEGA, José Antonio: La evaluación de la calidad de la información web: aportaciones teóricas y experiencias prácticas. En Recursos informativos: creación, descripción y evaluación. Mérida: Junta de Extremadura, 2003, p. 101-110. (Sociedad de la información, 8). Disponible en Web: <http://exlibris.usal.es/merlo/escritos/calidad.htm>

- New York University. Bobst Library. How to evaluate Information [en línea] < <http://library.nyu.edu/research/tutorials/evaluate> > [Consulta: mayo 2005]

- Iowa State University. Library. Evaluación de páginas web [en línea] <http://www.lib.iastate.edu/commons/resources/evaluation/index_esp.html> [Consulta: mayo 2005]

Complementaria

"Cómo evaluar fuentes de información". Universidad de Málaga, Biblioteca Universitaria (en línea): <http://www.uma.es/ficha.php?id=78348>

	a investigar	para verificar que sean veraces y de calidad	del tema a investigar
Contenido	-Qué se ha publicado sobre el tema que voy a investigar -Búsquedas avanzadas de información sobre el tema en Internet -Búsquedas de libros, revistas o reportes académicos.	-Verificación de fuentes -Contrastación de datos -Selección final de las fuentes de información que se incluirán en los antecedentes de la investigación	- Sistematización y análisis crítico de la información y las fuentes consultadas -Cómo citar las fuentes consultadas
Producto de la unidad	Mapa conceptual donde se detalle el tipo de fuentes e información localizada que se consultará.	Borrador del estado de la cuestión (antecedentes) del tema a Investigar.	Estado de la cuestión (antecedentes sobre el tema a investigar).

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

CARRIZO, G.. Manual de fuentes de información. Madrid: CEGAL. 1994

- CODINA, L. Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos. Revista Española de Documentación Científica, 2000, vol. 23, n. 1, p. 9-44.

- CODINA, L. Parámetros e indicadores de calidad para la evaluación de recursos digitales. En Jornadas Españolas de Documentación (7. 2000. Bilbao). La gestión del conocimiento: retos y soluciones de los

- Veracidad
- Ética periodística
- Solidaridad para trabajar en equipo
- Respeto a los puntos de vista diferentes

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Estado de la cuestión (antecedentes o contextualización) del tema sobre el cual se realizará una investigación periodística.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Investigación y documentación del tema a investigar	Evaluación de recursos y fuentes	Redacción del estado de la cuestión (antecedentes de la investigación)
Objetivo	Localizar la información publicada sobre el tema	Analizar y contrastar la información y las fuentes	Redactar el estado de la cuestión (antecedentes)

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Contextualización de la investigación periodística
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	30 noviembre de 2011

2. COMPETENCIA

Que el estudiante contextualice a través de la documentación y análisis de información el tema sobre el cual planea realizar una investigación periodística.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Documentación de información-Búsquedas avanzadas de información-Contrastación y verificación de la información
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Para la investigación y búsqueda de información-Para contrastar y verificar datos-Para reflexionar y comprender información-Para sintetizar
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Interés para investigar-Apertura para trabajar bajo presión-Autocrítica, para mejorar lo realizado-Creativa, para generar nuevos contenidos-Tolerancia a las críticas
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">-Respeto a las diferencias de opinión y honestidad intelectual.-Precisión y concisión

Planning

Martín G. Álvarez Torres

Conceptos de administración estratégica

Fred R. David

Fundamentos de administración: conceptos esenciales y aplicaciones

Stephen P. Robbins, David A. De Cenzo - 2009

Administración

Stephen P. Robbins - 2005

DIRECCION Y PLANIFICACION ESTRATEGICAS EN LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES : UN ...

Andrés Fernández Romero - 2004

Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas

Kathy Matilla - 2008

Complementaria

Video <http://video.google.com/videoplay?docid=-8844119693217626547>

Objetivo	Analizará las relaciones funcionales y de procesos que conforman la cadena de valor en su medio	Identificar los modelos y las herramientas que se utilizan para gestionar las principales áreas funcionales en su medio	Elaborar un diagnóstico del medio donde labora
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> - Características y estructura organizacional - Tipología de relaciones funcionales y de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección estratégica. - La comunicación interna en la empresa. - Procesos administrativos de planificación, marketing, finanzas, recursos humanos, operaciones, innovación y tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> - Plantillas y gráficas sobre modelos de análisis - Formatos y plantillas sobre técnicas de intervención
Producto de la unidad	Descripción de la organización en la que trabaja y deberá contextualizarla incluyendo los procesos internos.	Identificación de los actores clave de los procesos institucionales de la organización donde labora y análisis de los procesos organizacionales	Reporte sobre la análisis y sistematización de los procesos organizacionales del medio donde labora.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Gerencia y planeación estratégica Escrito por Jean Paul Sallenave

Manual De Planeacion Estrategica/ Manual of Strategic



Actitudes

Actitud crítica para identificar los problemas y oportunidades en la organización.

Valores¹

Responsabilidad en el cumplimiento de los compromisos y funciones.

Consecuentes en la práctica con los valores y servicios que promueve su organización.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON CUAL SE VINCULA O A LA QUE APOYA



Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción

El estudiante elabora un diagnóstico de las funciones y políticas organizacionales y administrativas de un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Estructuras y diseño organizativo	Modelos de análisis de la administración	Diagnóstico corporativo



1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Brisa L. Barbosa Magaña
Asesor pedagógico	Mtra. Carmen Coronado
Fecha de elaboración	25/11/2011

2 COMPETENCIA

El estudiante analiza las funciones y políticas organizacionales y administrativas un medio

3 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<p>Modelos de organizaciones.</p> <p>Metodología de análisis institucional.</p> <p>Técnicas de diagnóstico.</p> <p>Elaboración de estrategias operacionales.</p>
Habilidades	<p>Promover estrategias y servicios novedosos para presentar resultados acordes a los fines de la organización.</p> <p>Manejo de técnicas de medición de indicadores de mejora en los procesos de la organización.</p> <p>Identificar problemas vinculados con los procesos de una organización.</p>

2005 *Análisis del proceso de la Iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica*, Universidad de Guadalajara, México.

Olguín, Francisco

2007 *Democracia y Medios de Comunicación en América Latina*, Secretaría de Gobernación, México.

Ortega, Patricia

2006 *La otra televisión, por qué no tenemos televisión pública*, UAM-Editorial E, México.

Romo, Cristina

1990 *La otra radio, voces débiles, voces de esperanza*, Fundación Manuel Buendía - IMER, México.

Sánchez, Enrique

2005 *Medios de Comunicación y Democracia*, Grupo Editorial Norma, Colombia.

Trejo, Raúl

2008 "Azcárraga Jean, protegido de Zedillo", en *Revista Zócalo*, marzo de 2008, México, DF.

Pomares, México.

Mejía Barquera, Fernando

- 1989 *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (1920-1960)*, Fundación Manuel Buendía, México.

Suprema Corte de Justicia de la Nación

- 2007 *¿Qué son las acciones de inconstitucionalidad?*, Suprema Corte de Justicia de la Nación, México.

Trejo, Raúl

- 2002 "15 mentiras del Gobierno y la CIRT", en *Revista Zócalo*, noviembre de 2002, México, DF.

- 2004 Poderes salvajes: Mediocracia sin contrapesos, Editorial Cal y Arena, México.
Villamil, Jenaro

- 2007 "Poder-dinero-medios y elecciones" en Vázquez Federico & Moritz Jürgen, *El triángulo de las bermudas: el financiamiento de la política en México*, Fundación Friedrich Ebert Stiftung, México.

Complementaria

Ávila Pietrasanta, Irma; Calleja Gutiérrez, Aleida; Solís Leere, Beatriz

- 2002 *No más medios a medias*, fundación Friederich Ebert-México, Senado de la República, México.

Castro Leal, Antonio

- 1969 "Radio y televisión", en: *Los medios de comunicación de masas en México*, Serie Estudios 10, UNAM, México.

Hernández, Francisco & Orozco, Guillermo

- 2007 *Televisión en México, un recuento histórico*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

Lay Arellano, Israel Tonatiuh

Básica

Alva, Alma Rosa & Esteinou, Javier (Coordinadores)

- 2010 *La Ley Televisa*, UAM-Senado de la República, México.

Calleja, Aleida

- 2007 "Acción de inconstitucionalidad ¿qué es y por qué se presentó?", archivo de audio, <http://sonoridades.amarcMexico.org/>

Cantú, María Elena

- 2005 *Medios y poder. El papel de la Radio y la Televisión en la Democracia Mexicana*, Grupo Editorial Norma, México.

Corral, Javier & Arredondo, Pablo

- 2007 *La Ley Televisa: balance y perspectiva*, Universidad de Guadalajara-AMEDI, México.

Cremoux, Raúl

- 1982 *La legislación mexicana en radio y televisión*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.

Fernández Christlieb, Fátima

- 1982 *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos Editor, México.

-
- 2007 "¿Cómo se constituyó Televisa en un poder fáctico?", en: *Revista Nexos* 352, México, D.F., abril de 2007.

Gutiérrez López, Roberto

- 2005 *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política, el caso mexicano*, UAM-Ediciones

		(LFT) de 2006.	
Contenido	<p>El marco normativo previo a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyT) de 1960.</p> <p>La LFRyT 1960.</p>	<p>La mesa para la reforma integral de los medios electrónicos de comunicación del año 2000.</p> <p>El decreto de reforma al reglamento de la LFRyT de 2001 y la iniciativa ciudadana.</p> <p>La propuesta de reforma a la LFRyT y LFT de 2005.</p> <p>La génesis de la "Ley Televisa"</p>	<p>La Acción de inconstitucionalidad de la "Ley Televisa".</p> <p>El dictamen Sotelo-Beltrones (2009) y la iniciativa Corral-Madero (2010).</p>
Producto de la unidad	<p>Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la Ley Federal de Radio y TV de 1960.</p>	<p>Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la "Ley Televisa".</p>	<p>Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del dictamen Sotelo-Beltrones y de la iniciativa Corral-Madero.</p>

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Ensayo de análisis contextual del marco legal y constitutivo a través de la metodología de casos.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Antecedentes de la legislación de medios.	La reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión de 2006.	La acción de inconstitucionalidad en contra de la "Ley Televisa" y las propuestas legislativas posteriores.
Objetivo	El alumno conocerá el marco normativo, y su contexto sociopolítico, que antecede a la actual legislación de medios.	El alumno conocerá el contexto sociopolítico y los principales actores del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la reforma a la LFRyT y a la Ley Federal de Telecomunicaciones	El alumno conocerá el proceso de la discusión de la Acción de inconstitucionalidad en contra de la "Ley Televisa" y las propuestas legislativas posteriores en la materia.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Fundamentación legal de los medios en México
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Israel Tonatiuh Lay Arellano
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/11/11

2. COMPETENCIA

Pensamiento crítico, reflexivo y analítico sobre los actores y procesos del contexto de discusión, génesis y aplicación de la legislación de los medios en nuestro país.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento de la génesis legislativa• Conocimiento de los procesos de discusión en torno a la legislación de medios• Conocimiento del contexto del impacto de la legislación de medios en la vida cotidiana
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad reflexiva acerca de los procesos sociopolíticos en la discusión de la legislación de medios• Crítica sobre los procesos de impacto en la aplicación de la legislación de medios
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Interés por el contexto sociopolítico de la génesis y aplicación de la legislación de medios
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">• Ética periodística• Compromiso social a favor del interés común

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

Methodologies. London, England: Routledge, pp. 1-11.

Machado Elias y Palacios Marcos (2003). *Modelos de Jornalismo Digital*. Brasil: Facultad de Comunicación, Universidad Federal de Bahía, Ediciones GJOL.

Martínez Rodríguez, Lourdes (2004). Nuevos contenidos, nuevas rutinas, nuevo lenguaje: la reconversión del periodista hacia el comunicador digital, en Aguado, Juan .M. (coord.) (2004). *E-comunicación. Dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*. Sevilla: Comunicación y Sociedad Ed.

Complementaria

Armenta Vizuela, José et al (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.

Hernández. Ramírez, María Elena (2004). "Mirada sociológica al periodismo mexicano" en *Revista Mexicana de Comunicación* [En línea Junio de 2008]. Disponible en www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/mirada.htm.

_____. (1997). "Sociología del Periodismo: Una Introducción" en Hernández, M. Elena (Compiladora). *Antología Sociología del Periodismo*. México: UdeG, CUCSH, DECS, pp. 15-23.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompSubir etencias) dependieSubir ando de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

Avogadro, Marisa (2004). "NTIC, Convergencia, Tecnología Multimedia...algunas aproximaciones", en *Revista Razón y Palabra* No. 41, octubre [En línea, julio de 2008] Disponible en www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2004/octubre.html .

Baltazar Paz, Luis Enrique. (2008). "Sistemas Gestores de Contenidos. Disponible" en *Mati Sobre la letra Digital* [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.mati.unam.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=75&Itemid=49.

Burch, Sally (2005). "Palabras en juego" en Ambrosi et al. *Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. Ed C&F Editions.

Castells, Manuel (2006a). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Vol. 1* (7ª ed.). México: Siglo XXI Editores.

Flores Vivar, Jesús y Arruti, Alberto Miguel (2001). *Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. México: Limusa

Fundación Opti (2004). "El futuro de los medios de Comunicación ante el impacto de las nuevas tecnologías" en *Estudio de Investigación del Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial*. [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.opti.org/publicaciones/pdfs/medios_comu.pdf.

Jensen, Klaus Bruhn (2002). "Introduction: The state of convergence in media and communication research" *En A Handbook of media and Communication research: Qualitative and Quantitative*

	encuentra su medio.	espacio de producción informativa que le permita intervenir de manera sustentada y lograr acceder con un medio propio en el mercado de la información.	
Producto de la unidad	Reporte sobre las debilidades y fortalezas de la empresa con datos sustentados en material leído que argumente dicho análisis.	Construir un reporte sobre alguna(s) propuesta(s) teórica(s) adecuada(s) a las necesidades de su empresa o que mejor reflejen y argumenten la implementación de una mejora.	Producto integrador. Proyecto teórico metodológico que exponga las características de un medio en particular inserto en una dinámica social (que le determina) en el que se incluya todos los procesos anteriores correspondientes a la constitución del medio interno - externo.
	Elaborar un cuadro de identificación de necesidades y características existentes y compararlo con mejorías deseadas.	Una vez construido el abordaje anterior presentar un reporte con datos metodológicos sobre las actuales particularidades de los procesos y espacios de producción informativa, así como de las estrategias de vinculación y comercialización del contexto y tiempo actual.	

Contenido

El estudiante adquiere herramientas para lograr un análisis de las necesidades y características propias de la empresa mediática tomando en cuenta todas las aristas que los componen.

(procesos y espacios de producción informativa, así como las estrategias de vinculación y comercialización)

El estudiante es capaz de comparar dichas características y objetivar de manera concreta el espacio particular dentro del cual se

El estudiante ubica y reflexiona sobre la construcción y utilidad de los marcos conceptuales que le permiten visualizar las características contextuales de los diversos espacios informativos para actuar (implementar el proyecto) en consecuencia.

El estudiante relaciona las propuestas teóricas con las prácticas, es decir, evidencia los contrastes la realidad con la utopía y justifica la necesidad de una mejoría en su

políticas, económicas, culturales) ante la vorágine informativa actual, que permitan producir información de calidad a públicos activos y estratificados.

El estudiante plantea su proyecto de mejora con los trabajos realizados previamente en el cual integra no solo lo leído, analizado y reflexionado, sino además su propia crítica y construcción de un mejor medio informativo adecuada a las condiciones particulares de la empresa.

Descripción Trabajar una propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de producción informativa y estrategias de vinculación y comercialización que tome en cuenta los conocimientos previos tales como: los procesos administrativos, editoriales y las respectivas audiencias del medio informativo elegido que permitan no solo coadyuvar a incrementar la calidad de la empresa en que se labora, sino también que impulse a crear una propio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Fortalezas y debilidades	Entramado teórico – práctico de conocimientos	Plan de Mejoras	
Objetivo	Identificar, analizar y comparar las debilidades y las fortalezas del medio informativo que le permitan desprenderse de la generalidad y dar cuenta de la particularidad.	Dar cuenta de algunas propuestas teóricas que sustenten el proyecto que se desarrolla a lo largo de los cursos y se presentará. Para lo cual será necesario tomar en cuenta los procesos (administrativos, editoriales, empresariales) involucrados en los medios.	Reflexionar sobre la existencia de las particularidades del espacio informativo como un factor determinante en la construcción de la noticia. Repensar las estrategias de producción de información y la relación con los medios vinculantes (instituciones que marcan agendas:	

Valores¹

- Capacidad negociadora entre lo que representa el producto informativo, las exigencias institucionales y las necesidades comerciales.
 - Integridad ética
 - Compromiso social
-
- Ética
 - Responsabilidad
 - Compromiso
 - Sensibilidad ante la detección de necesidades de la organización
 - Valoración y características de los diversos espacios informativos.
 - Valorar de manera crítica y constructiva a través de la autoevaluación las diversas etapas de los proyectos a fin de generar cambios o modificaciones adecuadas a los diversas organizaciones informativas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.

Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y área de producción de comunicación de información en organización de medios de los ámbitos públicos y privados.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 5 (Mejoramiento de la organización)
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Elva Araceli Fabián González
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/Noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante realiza propuestas para mejorar los procesos y espacios de producción informativa, con base en el conocimiento previo de las características de su audiencia y de su empresa así como de los marcos legales dentro de los cuales se encuentra adscrito. Identifica estrategias de vinculación interinstitucional y da cuenta de las dinámicas de comercialización que permiten perfeccionar los procesos laborales de la empresa mediática para la cual trabaja, así como proporcionarle herramientas para la generación de un espacio informativo propio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Este es un curso de aplicación de las lecciones aprendidas en cursos anteriores durante la licenciatura, por lo que no hay conocimientos específicos identificados.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Identificar las necesidades de la empresa mediática para crear una propuesta de mejoría en la calidad del producto que genera (información).• Emplear (poner en práctica) los conocimientos teóricos y prácticos vistos a lo largo de los semestres para lograr la consolidación de la mejoría dentro de la empresa informativa, así como la creación de un proyecto informativo propio.• Ejecuta la propuesta de mejora del proyecto.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Propositivas en la búsqueda y consolidación de nuevos espacios informativos.• Compromiso con la calidad de la información

de 2011 en

<http://www.upf.edu/materials/fhuma/etfipo/eticaa/docs/35.pdf>

RESTREPO, Javier Darío, (2006). 40 lecciones de ética. Debate, Caracas.

RESTREPO, Javier Darío, (2004). El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística, FCE, México.

[[file:///C:/Users/Norma/Downloads/bibliografias/ética, moral y periodismo.pdf]..\Downloads\bibliografias\ética, moral y periodismo.pdf]]
[[https://docs.google.com/Doc?docid=0Acn7OwMdrhzSZGQ2YjVzaGpfMTkwZDZja3Q1cmY&hl=en [Código de ética del reportero de OhMyNews]]

10 cuestiones a considerar antes de publicar una nota.

Complementaria

Código de La Crónica

Código de El Universal.

Código de El Porvenir

Código del Foro de Periodismo Argentino

	casos de controversia ética.	violaciones a la libertad de expresión.	de independencia periodística en medios digitales.	de la empresa periodística digital.
Contenido	-Códigos éticos. -Casos internacionales de controversia de ética periodística. -Códigos deontológicos	Leyes internacionales que fundamentan la libertad de expresión.	Casos de empresas periodísticas que se caracterizan por su libertad en el manejo de información.	Elementos deontológicos del periodismo
Producto de la unidad	Ensayo relativo a una alternativa de manejo de información en un medio digital, con base en fundamentos éticos.	Ensayo acerca de un caso de violación de la libertad de expresión y aplicación de un juicio ético.	Cuadro comparativo de 10 empresas periodísticas digitales que manejan información con diferentes grados de ética	Elaboración de un código de ética propio

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Básica
- AZNAR, Hugo. (2005). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios*, Paidós, Barcelona.
- Kapuscinski, Ryszard, *¿Reflejan los media la realidad del mundo? Nuevas censuras, sutiles manipulaciones*. Consultado el 28 de octubre

participación de otros.

Responsabilidad social inherente al ejercicio periodístico

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCI: A O A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Elaboración de un código ético del plan estratégico de una empresa periodística digital.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Ética y deontología periodística	Libertad de expresión	Independencia periodística	Nuestro código de ética
Objetivo	El estudiante analizará	El estudiante analizará casos de	El estudiante analizará casos exitosos	El estudiante construirá un código de ética

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Ética y deontología del periodismo
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Mtro. Hugo Concepción Rodríguez Chávez/Mtra. Rosa Eugenia García Gómez
Asesor pedagógico	Mtra. Ana Fabiola Mora López
Fecha de elaboración	28 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante juzga casos de controversia de manejo de información en medios digitales con base en criterios de ética periodística.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<p>Códigos de ética periodística.</p> <p>Casos controversiales de elecciones éticas en el quehacer periodístico internacional.</p> <p>Normativas internacionales relacionadas con la libertad de expresión.</p> <p>Deontología periodística.</p>
Habilidades	<p>Aplicación de juicios éticos en el desarrollo de las producciones periodísticas en medios digitales.</p> <p>Defensa de la libertad de expresión</p>
Actitudes	<p>Reflexiva pues las elecciones éticas no siempre son fáciles de hacer.</p> <p>Apertura para el discernimiento de la elección entre acciones periodísticas buenas y mejores.</p>
Valores	<p>Tolerancia para admitir que no siempre nuestros juicios corresponden a una ética reflexiva que se construye con la</p>

3 7 claves para mejorar tu relación con la audiencia

Cómo solucionar una crisis en Twitter

Guía para usar Facebook como periodista

30 consejos y 20 razones para que las empresas participen las redes sociales

4 10 consejos para un community manager

Facebook para periodistas

Los periodistas no usan Facebook de manera profesional

La función del Community Manager -Ebook

Ser periodista, Community Manager, entrenador de equipo y mucho más

Para Facebook, los periodistas debemos ser la mejor fuente de noticias

5 Recursos para aprovechar Twitter.

Guía Twitter para periodistas (en inglés)

Facebook Insights

Complementaria

Registro en Twitpic Un ejemplo del poder de Twitter

Cifras sobre el uso de redes sociales por parte de los periodistas

Lee Anderson y las redes sociales

8 consejos para que Facebook sirva a tu medio

Twitter se consolida en la televisión

Cómo generar buen contenido para Internet de la mano con las audiencias

2 Consejos para los jóvenes periodistas en la era digital. Nate Silver durante la ceremonia de graduados de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia. Documento completo.

10 señales para determinar que tienes una marca digital.

Reputación online

Storify: Periodistas, redes sociales y manual.

10 buenas prácticas para el manejo de redes sociales recomendadas por la Sociedad de Editores

Cuenta personal y cuenta profesional. ¿Son necesarias dos?

The Washington Post también mete la pata en Twitter

	en las redes sociales				
	- Casos de éxito en el uso de redes sociales para la innovación, distribución y comunicación				
Producto de la unidad	Documento donde se explique la importancia de las redes sociales para su labor periodística	Decálogo de buenas prácticas para debatirlo con su medio.	Documento con la estrategia de gestión y manejo de audiencias que incluya cómo manejar contenidos producidos por los usuarios de redes sociales.	Documento con la estrategia para motivar a miembros de la redacción a convertirse en Community manager. Incluir cómo se maximizará presencia de la organización en la web.	Reporte de medición y monitoreo de redes sociales.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

- 1 Universo geo social

	los periodistas	éticos	audiencia		
Objetivo	Analizar el impacto de las redes sociales en el periodismo y el actual escenario 2.0.	Reconocer la importancia de tener una marca digital y comenzar a crear una identidad en línea.	Desarrollar estrategias para manejar las redes y comunidades sociales bajo dos claves: conversar y escuchar.	Aplicar en la organización pautas y estrategias para que los periodistas actúen como CM.	Usar herramientas para monitorear y medir el impacto que tienen las redes sociales en la difusión de información periodística
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> -El Concepto de red social y web 2.0 -Tipos de redes sociales. -Facebook y Twitter -Las redes sociales como fuente de información - Características del nuevo consumidor en las redes sociales -Trabajar de la mano con la audiencia 	<ul style="list-style-type: none"> -¿Qué es marca digital -10 señales de que tienes una marca digital como periodista -Reputación online. -¿Cómo ser un usuario confiable? -Manuales de ética para periodistas en las redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> -Cómo dialogar con la audiencia -Por qué debo escuchar -Cómo aprovechar las fuentes para crear contenido en línea -Los ciudadanos, aliados de los periodistas. -La audiencia generadora de contenidos 	<ul style="list-style-type: none"> -¿Qué es y cuáles son las funciones de un Community Manager? -Las redacciones necesitan un Community Manager. ¿Dónde encontrarlo? -El Community Manager en la redacción 	<ul style="list-style-type: none"> -Monitoreo de Twitter y Facebook -Medición de Twitter y Facebook

Actitudes	Apertura ante nuevos retos
	Apertura para trabajar en equipo
	Interés por manejar diversas redes sociales o comunidades
Valores ¹	Ética periodística
	Tolerancia a la frustración
	Tolerancia a las críticas
	Buen uso e interpretación de la información

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Los participantes serán capaces de analizar buenas prácticas en redes sociales y trabajarán en las pautas necesarias para instalar Twitter y Facebook en la redacción del medio para el cual laboran.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Guía de buenas prácticas para el uso y gestión de redes sociales² que incluya pautas y estrategias para llevar a cabo la gestión, manejo y medición de redes sociales.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4	Unidad 5
Título	Las redes sociales: el nuevo escenario de los medios y de	La marca digital del periodista. Reputación online y dilemas	Las redes sociales como plataforma de diálogo con la	Todos somos Community Manager en la redacción	Monitoreo y medición del impacto de las redes sociales

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Gestión y administración de audiencias y usuarios
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Esther Vargas
Asesor pedagógico	Carmen Coronado
Fecha de elaboración	20 de julio de 2011

2. COMPETENCIA

Manejo y gestión de usuarios y comunidades en redes sociales con fines periodísticos.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Impacto de las redes sociales en el periodismo y el actual escenario 2.0.- Qué es una marca digital y cómo crear identidad en línea.- Monitoreo de redes sociales.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">- Practicar y reflexionar sobre los cambios en las redes sociales.- Practicar y reflexionar sobre los contenidos que generan los usuarios en las redes sociales.- Estrategias para manejar los medios sociales bajo dos claves: conversar y escuchar.- Aprender a integrar redes sociales para maximizar presencia en la web.- Transmitir pautas a los miembros de la redacción con la finalidad de que cada uno de los periodistas que integran la organización actúen como CM.- Ejercitarse herramientas para mejorar el monitoreo de redes sociales.

formatos o archivos de audio". En [Desarrollomultimedia.es](http://www.desarrollomultimedia.es)
<http://www.desarrollomultimedia.es/articulos/tipos-de-formatos-o-archivos-de-audio-y-codecs.html>

- **Thinkfree. Editor de textos libre en línea.**
<http://member.thinkfree.com/member/goLandingPage.action>
- **Audacity, editor de audio libre y multiplataforma**
<http://audacity.sourceforge.net/?lang=es>
- **Tutorial Audacity**
<http://audacity.sourceforge.net/manual-1.2/>
- **Windows Live Movie Maker, editor de video**
<http://windows.microsoft.com/es-ES/windows7/products/features/movie-maker>
- **Edición de videos con Windows Media Maker**
<http://explore.live.com/windows-live-movie-maker-video-editing-using>
- **Jaycut, editor de videos en línea**
<http://jaycut.com/>
- **Youtube, subir y compartir videos en internet**
<http://www.youtube.com/>
- **Soundcloud, subir y compartir audios en internet**
<http://soundcloud.com/>

Básica

- Orellana Valdés, Ramón (08/2009). *Mapas conceptuales y aprendizaje significativo*. El Cid Editor, Apuntes. Argentina. 9 p. (E-libro).
- León Ramírez, Manuela (08/2009). *Multimedia*. El Cid Editor, Apuntes. Argentina. 29 p. (E-libro).
- Chaljub Duarte, José A. *Videos a la medida de las necesidades de las clases*. Pedagogía Universitaria. Vol. 14, No. 3, 2009. Editorial Universitaria, Cuba, 2009. (E-libro 10 p.).
- McAdams, Mindy. (Septiembre 2009). *Guía de habilidades multimedia para periodistas*. Tr. María Elena Brizuela. 1-33p. <http://www.jou.ufl.edu/faculty/mmcadams/PDFs/RGMPespanol.pdf>
- Warner, Janine. *Perfil de la presentación multimedia*. <http://jcwarnar.com/colombia/multimedia-instrucciones.html>

Complementaria

- Juan Carlos Camus (octubre 2009) *Tienes 5 segundos*, Página 92-95, Tipografía, la letra correcta.
- Instrucciones para ejecutar un proyecto multimedia
Jane Steven
- Herramientas Digitales para Periodistas
Sandra Crucianell
- Taller de Multimedia
<http://tallermultimedia.blogspot.com/>
- Guion Multimedia
<http://www.guionweb.net/>
- Preproducción Multimedia
<http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Producción Multimedia / Comunicación visual
<http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Juan Ignacio Rodríguez Navarro. (9 abril 2008). "Tipos de

Valores¹

- Creatividad en la resolución de conflictos informativos
- Ecuanimidad en la toma de discusiones
- Perseverancia en la búsqueda de soluciones

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción

Bitácora del proceso de implementación del proyecto de mejora de los servicios informativos

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Tipificación de las actividades de información en la organización	Niveles de organización de las actividades de información en la organización	Mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización	Diversificación de los servicios de información para las audiencias de la organización
Objetivo	Que el estudiante identifique	Que el estudiante identifique los	Que el alumno conozca las estrategias	Que el alumno conozca los principios

	las principales actividades de información en una organización	principales niveles de organización de las actividades de información en una organización	básicas en el diagnóstico y mejora de servicios de información para las audiencias de la organización	básicos en la diversificación de servicios información para las audiencias de la organización
Contenido	Las actividades de información en la organización	Servicios de información no comercial	Auditoría de la comunicación	Servicios de información por canal
	Actividades informativas para públicos internos	Servicios de información comercial	Identificación de audiencias	Servicios de información por función
	Actividades informativas para públicos externos		Análisis de usabilidad	Servicios de información por economía de recursos
Producto de la unidad	Reporte de tipificación de actividades de información en la organización	Reporte de actividades predominantes de información en la organización	Análisis de hábitos de consumo de información	
			Primera parte de Bitácora de proceso de implementación del proyecto de mejora de servicios informativos	Segunda parte de Bitácora de proceso de implementación del proyecto de mejora de servicios informativos

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

Unidad 1:

Aguiar, Henoch (2010). *Lo digital en la sociedad del conocimiento*, en Instituto de Estudios sobre Comunicación (Ed.). Buenos Aires: La crujía.

Amado, Adriana (2008). *Auditoría de la comunicación*. Buenos Aires: La crujía.

González, Rodrigo (2012). *Las necesidades de información en la organización*. Universidad de Guadalajara (material diseñado para este curso).

González, Rodrigo (2012). *Mapa de públicos*. Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (material diseñado para el curso).

Mancini, Pablo (2011). La audiencia, en Mancini, Pablo (Aut.) *Hackear el periodismo* (37 – 54). Buenos Aires: La crujía.

Igarza, Roberto (2008) Introducción, en Roberto Igarza (Aut.) *Nuevos medios: estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La crujía.

Ortega, Sergio (2007). Evolución del perfil de usuario: usuario 2.0. *No sólo Usabilidad*, No. 6.

Prado Miguel Ángel (2010). *Información y documentación, dos recursos estratégicos para la empresa*, XI Jornadas Española de Documentación, No. 15.

Video: Hábitos de consumo de información de los internautas.

Animal político:

http://www.youtube.com/watch?v=B_MYRBRhiYI

o

<http://www.animalpolitico.com/2011/08/habitos-de-consumo-de-informacion-de-los-internautas-2/>

Complementaria

Barbosa, Marialva (2004). Público: sustantivo, adjetivo y verbo. *Signo y pensamiento*, 45, 105 – 113.

Brandolini, Alejandra y González, Martín (2008), *Comunicación interna*. Buenos Aires: La crujía.

Navarro, Fidela (2009). *Del ágora al rating*. México: Porrúa (extracto).

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación
Programa al que pertenece	Licenciatura en periodismo digital
Experto disciplinar	Rodrigo González Reyes
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/11/11

2. COMPETENCIA

El estudiante conoce las diferencias y características de los principales modelos y paradigmas de la comunicación históricos y actuales.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<p>Contexto histórico de los principales modelos y paradigmas de la comunicación</p> <p>Contexto epistemológico de los principales modelos y paradigmas de la comunicación</p> <p>Contexto de aplicación de los principales modelos y paradigmas de la comunicación</p>
Habilidades	<p>Identificar la diferencia entre modelo y paradigma</p> <p>Identificar las diferencias epistemológicas entre los principales modelos y paradigmas históricos de la comunicación</p> <p>Identificar la propuesta epistemológica de principales modelos y paradigmas actuales de la comunicación</p>
Actitudes	<p>Objetividad para dar cuenta de los detalles diferenciadores epistemológicos</p> <p>Flexibilidad para encontrar comunes denominadores epistemológicos</p> <p>Curiosidad para seguir profundizando en este campo básico del</p>

Valores ¹	saber comunicacional
	Tenacidad para seguir el desarrollo de una historia en evolución
	Motivación para encontrar la aplicabilidad de estos saberes

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

5. PROYECTO INTEGRADOR

Descripción	Estado de la cuestión sobre nuevos modelos y canales comunicativos
-------------	--------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Las grandes intuiciones sobre el componente comunicativo de lo social	La consolidación del campo comunicativo en los saberes de lo social	El debate actual sobre el estatuto científico de la comunicación como saber	Los paradigmas actuales
Objetivo	Que el alumno sea capaz de	Que el alumno sea capaz de dar	Que el alumno	Que el alumno

Contenido

dar cuenta de los orígenes teóricos de la comunicación como una problemática constitutiva de lo social	cuenta de las principales causas históricas de la emergencia de la comunicación como campo organizado y especializado del saber social	sea capaz de reconocer los principales puntos en el debate acerca de la comunicación como campo, disciplina o ciencia	sea capaz de reconocer las principales tendencias teóricas actuales y su pertenencia a paradigmas anteriores o emergentes
Pensamiento social clásico y las intuiciones comunicativas de la organización social	La institucionalización de los estudios comunicacionales	La crisis de las ciencias sociales	Ecología de la comunicación
La sociedad de redes y flujos	El debate sobre el objeto de los estudios comunicacionales	La crisis objetual del episteme comunicacional	Estudios culturales latinoamericanos
Psicosociología de las masas	El funcionalismo norteamericano	La comunicación como campo, disciplina o ciencia	Sistémica de la comunicación
Aguja hipodérmica	La escuela crítica de Frankfurt	La estructura de las revoluciones científica	
Público fantasma	Pensamiento crítico norteamericano	Los estudios culturales	
Ecología social de Chicago		La economía política	

Producto de la
unidad

Ensayo crítico

Ensayo crítico

Ensayo crítico

Ensayo crítico

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

Mattelart, Armand y Mattelart Michéle (2006). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Mattelart, Armand y Neveau, Erik (2006). *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós.

Wolf, Mauro (1996). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

Fuentes, Raúl (2004). Comunicación, cultura, sociedad: fundamentos conceptuales de la posdisciplinariedad, en *Tram(p)as de la comunicación*, No. 1.

González, Jorge (2005). De la pila hasta el océano: comunicación y estudios de la cultura en México, en *Tram(p)as de la comunicación*, No. 1.

González, Rodrigo (2011). A 55 años de la irrupción de los líderes de opinión, *Razón y palabra*, no 75.

Orozco, Guillermo y González, Rodrigo (2012).

Una encrucijada metodológica. México: Inktablet.

Wolf, Mauro (1994). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Wolf, Mauro (1996). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

Vidales, Carlos (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación*. México: CAEIP

: Mattelart, Armand (2005). *La batalla de los medios, entrevista de Atilio Borón a Armand Mattelart*. CLACSO, Buenos Aires.

Zapata, Rafael (2008). *El campo de la comunicación*. ITESO.

Complementaria De Fleur, Melvin y Ball-Rockeach, Sandra (2000). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

McQuail, Denis (1999). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Maignet, Eric (2006). *Sociología de la comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica.

: Martín-Barbero, Jesús (2004). *De los medios a las mediaciones*. Caracas: Convenio Andrés Bello.

: Zillman, Dolf y Bryant, Jennings (1998). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Diagnóstico de las formas de producción informativa
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Rosalba Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	30/11/2011

2 COMPETENCIA

El estudiante diagnóstica los procesos de producción informativa de un medio.

3 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Teorías sobre la producción de noticias-Formas de producción informativa-Organización para la producción informativa-Mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias Diagnosticar
Habilidades	Espíritu crítico, capacidad analítica y habilidades de comunicación oral y escrita
Actitudes	Reflexiva, de liderazgo, activa, sociable, gestiona y original.
Valores ¹	Responsabilidad, ética periodística, compromiso social

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción El estudiante elabora un diagnóstico general de los procesos de producción informativa en un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (Unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Los procesos de producción informativa	Las prácticas en los procesos de producción informativa	Análisis y diagnóstico de las formas de producción
Objetivo	Identificará los procesos que conforman la cadena de producción de la información	Realizará trabajo de campo con el fin de analizar las prácticas y procesos de producción de información en un medio	Elaborará un diagnóstico de las formas de producción informativa
Contenido	<p>*Teorías sobre la producción de noticias</p> <p>*Cambios o tendencias en las dinámicas de producción informativa</p>	<p>*Diseño de encuesta o entrevista para identificar las prácticas de producción informativa en un medio</p> <p>*Aplicación de la encuesta o entrevista</p>	<p>*Evaluación de resultados de la encuesta o entrevista</p> <p>*Identificación de las fortalezas y debilidades en las formas y prácticas de la producción informativa</p>

Producto de la unidad	Reporte de las áreas, unidades o secciones que conforman el proceso de producción informativa	Base de datos o vaciado de resultados de la aplicación de la encuesta	Diagnóstico general de los procesos de producción informativa en un medio.
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Básica**
- AGUILAR ELÍAS, Laila Patricia (1994) El papel de un editor en la elaboración de noticieros para Notisistema. Informe sobre Experiencia Profesional. Guadalajara: ITESO.
- BRACHO GONZÁLEZ, Teresa (1978) Estudio sobre la evolución y difusión de noticias en la Ciudad de México. tesis Universidad Iberoamericana. México.
- CASTELLANOS RODRÍGUEZ, Marcela María del Rocío (1985) Cómo se elabora la nota informativa para un diario nacional. México: Universidad Anáhuac.
- HERNÁNDEZ RAMÍREZ, María Elena (1991) "La producción de noticias en una organización radiofónica tapatía: Notisistema" en Aceves, Arredondo y Luna (comps.) Radiodifusión Regional en México. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (1992) ¿Qué son las noticias? Guadalajara
- (1995) La producción noticiosa. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CEIC, Colección Estado, Cultura y Sociedad
- KRIPPENDORFF, Klaus (1990) Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós.
- LALINDE POSADA, Ana María (1992) "La noticia construcción de la realidad". en Comunicación, identidad e integración latinoamericana, t. II, Las industrias culturales. México: Opción.
- Tuñez, Miguel y Guevara, Melitón (2009): "Framing por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 1.030 a 1.044.
http://www.revistalatinacs.org/09/art/878_USC/79_145_Tunez_y_Guevara.html
- Tejedor Calvo (2008). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*
<http://america.sim.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110617A/12017>
 Biblioteca Complutense | Servicio de Publicaciones
- Salaverría, Ramón (año). ¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE LA CONVERGENCIA DE MEDIOS? Universidad de Navarra.
<http://www.almendron.com/cuaderno/varios/medoc-0411-01.pdf>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Problematización de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Gilberto Magaña Hernández
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	1 de Diciembre 2011

2. COMPETENCIA

Identificar, describir y analizar los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio y las explicaciones a ellos presentadas.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<p>Los gestores de contenidos por sus prácticas, estructura administrativa, recursos.</p> <p>Los procesos administrativos y editoriales: su contexto y las responsabilidades.</p> <p>Estructuras discursivas.</p> <p>Relaciones entre poder (interés) y opinión pública.</p> <p>Conceptos de información, técnica, persuasión, publicidad y propaganda.</p> <p>Los reglamentos y la ética.</p>
Habilidades	Documentación, análisis, interpretación y argumentación.
Actitudes	Pluralismo, Tolerancia, Lealtad.
Valores ¹	Respeto a la ley; Solidaridad; Libertad.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Descripción y análisis de los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Las empresas de noticias	Responsabilidad editorial y discurso periodístico	En el laberinto de la libertad	Procesos informativos posibles en la globalización
Objetivo	Nombrar y describir las fuentes noticiosas de referencia	Identificar casos de conflictos editoriales de intereses	Interpretar los tipos de discursos: persuasivos, publicitarios y propagandísticos	Discernir entre prácticas reales, deseables e indeseables
Contenido	Identificación de marcos, recursos, prácticas y gestores significativos.	Estudio de la credibilidad noticiosa como estímulo y rasgo del prestigio.	Diseño y construcción de indicadores para el análisis del discurso editorial de las empresas noticiosas.	Formulación de propuestas de discursos.
Producto de la unidad	Catálogo razonado de empresas de noticias (de 5	Ampliación y cruce de datos con Catálogo	Presentación de indicadores para el análisis en la crítica de 5 textos	Redacción de 3 editoriales o textos de opinión sobre

a 15)

(Unidad 1)

editorializantes

noticias
actuales

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Título** *Teoría general de la información*
- Autor** ABRIL C., Gonzalo
- Editorial** Cátedra
- Año** 1997
- Título** *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*
- Autor** ARMAÑANZAS, Emy y J. DÍAZ
- Editorial** Servicio editorial de la Universidad del País Vasco
- Año** 1996
- Título** *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*
- Autor** BUSTAMANTE, Enrique (coord.)
- Editorial** Gedisa
- Año** 2003
- Título** *La galaxia internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*
- Autor** CASTELLS, Manuel
- Editorial** Areté
- Año** 2001
- Título** "Discurso periodístico: una propuesta analítica"
- Autor** GUTIÉRREZ Vidrio, Silvia; en revista: *Comunicación y Sociedad*, n.14, julio – diciembre; pp.169 - 198
- Editorial** Universidad de Guadalajara

Año 2010
Título *Un pacto global*
Autor HELD, David
Editorial Taurus

Año 2005
Título *El País o la referencia dominante*
Autor IMBERT, Gerard y José VIDAL BENEYTO (coords.)
Editorial Mitre

Año 1986
Título *The Social Semiotics of Mass Communication*
Autor JENSEN, Klaus B.
Editorial Sage

Año 1995
Título *Elementos de retórica literaria*
Autor LAUSBERG, Heinrich
Editorial Gredos

Año 1998 [1963]
Título *El artículo de opinión. Introducción a la historia y la teoría del articulismo español*
Autor LEÓN Gross, Teodoro
Editorial Ariel

Año 1996
Título *Los patrones de la argumentación. La argumentación en los clásicos y en el siglo XX*
Autor MARAFIOTI, Roberto
Editorial Biblos

Año 2003

- Título** "Fuentes de información y credibilidad periodística"
- Autor** MAYORAL, Javier, en: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.11; pp.93-102.
- Editorial** Universidad Complutense de Madrid
- Año** 2005
- Título** *Falacias y Medios de Comunicación. El discurso como arma*
- Autor** NOCETTI, Óscar
- Editorial** Humanitas
- Año** 1990
- Título** *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*
- Autor** PERELMAN, Chaim y L. OLBRECHTS-TYTECA
- Editorial** Gredos
- Año** 2006 [1989]
- Título** *La mirada en el cristal. La información en televisión*
- Autor** RODRÍGUEZ PASTORIZA, Francisco
- Editorial** Fragua
- Año** 2003
- Título** *La prensa, pasado y presente de México*
- Autor** RUIZ Castañeda, María del Carmen (coord.)
- Editorial** UNAM Instituto de Investigaciones Bibliográficas
- Año** 1990
- Título** *Manual de estructura de la información*
- Autor** SÁNCHEZ-BRAVO Cenjor, Antonio
- Editorial** Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.
- Año** 1992

- Título** "Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas"
- Autor** SÁNCHEZ Ruiz, Enrique
- Editorial** Universidad de Guadalajara, en: *Revista Universidad de Guadalajara* n.20, otoño
- Año** 2000
- Título** *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*
- Autor** SANTAMARÍA S., Luisa y María Jesús CASALS C.
- Editorial** Fregua
- Año** 2000
- Título** "Periodistas en la cuerda floja"
- Autor** SÁNCHEZ-TABERNEIRO, Alfonso, en *Cuadernos de información*, 19; pp. 56-61.
- Editorial** Pontificia Universidad Católica, Santiago de Chile
- Año** 2008
- Título** *Homo videns*
- Autor** SARTORI, Giovanni
- Editorial** Taurus
- Año** 1998
- Título** "A Balance Between Imitation and Contrast: What Makes Newspapers Successful? A Summary of Internationally Comparative Research"
- Autor** SCHÖENBACH, Klaus; en: *Journal of Media Economics*, vol. 17, Issue 3
- Editorial** Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Año** 2004
- Título** *Bases de la investigación cualitativa*
- Autor** STRAUSS, A. y J. CORBIN
- Editorial** Universidad de Antioquia
- Año** 2002 [1990]

Título *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communications*

Autor THOMPSON, John B.

Editorial Stanford University Press

Año 1990

Título *Los media y la modernidad*

Autor THOMPSON, John B.

Editorial Paidós

Año 1998 [1997]

Título *La noticia como discurso*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Paidós

Año 2001 [1980]

Complementaria

Título "La antigua retórica", en: *La aventura semiológica*.

Autor BARTHES, Roland

Editorial Paidós

Año 2009

Título *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet*

Autor EDO B., Concha

Editorial Comunicación Social

Año 2002

Título "La columna periodística: algunas ideas"

Autor FORNEAS F., María Celia, en: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.9; pp. 139-158

Editorial Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid

- Año** 2003
- Título** *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*
- Autor** GOMÍS, Lorenzo
- Editorial** Paidós
- Año** 1991
- Título** *Hacia un país de lectores. Sociología de la lectura*
- Autor** GONZÁLES, Osmar
- Editorial** En: <http://librosperuanos.com/autores/osmar-gonzales12.html> (rev. 23/03/07)
- Año** 2005
- Título** *Comparing Media Systems. Three models of media and politics*
- Autor** HALLIN, Daniel C. y Paolo MANCINI
- Editorial** Cambridge University Press y en: http://books.google.com/books/about/Comparing_media_systems.html?id=954NJC hZAGoC (01/12/2011)
- Año** 2004
- Título** *El marco del lenguaje*
- Autor** JAKOBSON, Roman
- Editorial** FCE
- Año** 1996 [1956]
- Título** "El País frente a los atentados del 11-S norteamericano: «acriticismo» y alineamiento discursivo con la postura estadounidense"
- Autor** JARQUE, José M. , en: *Andamios*, vol. 2, n.3; diciembre, pp.23 - 50
- Editorial** Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Año** 2005
- Título** *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*
- Autor** JENSEN, Klaus B. (ed.)
- Editorial** Routledge

- Año 2002
- Título "El asedio a los periodistas mexicanos". Conferencia en Columbia University, Nueva York (octubre de 2008);
- Autor JUNCO, Alejandro; en: *Revista Este país*, n.215, febrero; pp.35-38
- Editorial *Este país*
- Año 2009
- Título *Logic and Contemporary Rhetoric*
- Autor KAHANE, Howard
- Editorial Wadsworth
- Año 1988
- Título *Los periodistas*
- Autor LEÑERO, Vicente
- Editorial Joaquín Mortíz
- Año 1978
- Título *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*
- Autor MARCHESI, Angelo y Joaquín FORRADELAS
- Editorial Ariel
- Año 1991
- Título "Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos"
- Autor MARTÍNEZ Albertos, José Luis; en CANTAVELLA, Juan y José Francisco SERRANO (coords.): *Redacción para periodistas: informar e interpretar*, pp.51-75
- Editorial Ariel
- Año 2004
- Título *La invención de la comunicación*
- Autor MATTELART, Armand

- Editorial** Siglo XXI
- Año** 1995 [1994]
- Título** *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*
- Autor** McQUAIL, Denis
- Editorial** Paidós
- Año** 2000 [1983]
- Título** *La argumentación*
- Autor** PLANTIN, Christian
- Editorial** Ariel
- Año** 1998 [1996]
- Título** "Modernidades, otredades, entre-lugares"
- Autor** PRATT, Mary Louise, en: revista *Desacafos* n.3, primavera
- Editorial** CIESAS
- Año** 2000
- Título** *Horizontes fragmentados; comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*
- Autor** REGUILLO C., Rossana
- Editorial** ITESO
- Año** 2005
- Título** *Dirección estratégica de empresas de comunicación*
- Autor** SÁNCHEZ-TABERNEIRO, Alfonso
- Editorial** Cátedra
- Año** 2000
- Título** "La Antigua retórica" (lecciones del curso de 1942); en *Obras completas* t.XIII
- Autor** REYES, Alfonso

Editorial F.C.E.
Año 1960 [1942]
Título *Macrostructures. An Interdisciplinary Study of Global Structures in Discourse, Interaction, and Cognition*
Autor Van DIJK, Teun
Editorial Lawrence Erlbaum Associates
Año 1980
Título *Racismo y análisis crítico de los medios*
Autor Van DIJK, Teun
Editorial Paidós
Año 1997

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de las audiencias
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Sergio René de Dios Corona
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	dd/mm/aa

2 COMPETENCIA

El estudiante será capaz de planificar, diseñar, organizar, aplicar, supervisar y renovar la agenda informativa de una empresa o institución periodística con base en el interés de las audiencias.

3 ATRIBUCIONES DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	La Agenda Setting Sociología de la producción de mensajes
Habilidades	Diseño de agendas informativas Diseño de políticas editoriales Organización y conducción de equipos de reporteros Planificación de coberturas periodísticas concretas
Actitudes	Curiosidad permanente Apertura a nuevas temáticas informativas Tomar decisiones rápidas y precisas Análisis de fenómenos periodísticos Apertura al trabajo bajo presión
Valores ¹	Verdad periodística

- Pluralidad
- Trabajo en equipo
- Respeto al derecho a estar informado

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCIA A O A LA QUE APOYA

Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

- Descripción**
- Diseñar, aplicar, supervisar y evaluar la agenda informativa, durante dos días seguidos, de diez reporteros, tres fotógrafos y dos video reporteros que laboren para una empresa multimedia
 - Definir políticas editoriales para la cobertura informativa de una empresa periodística

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La agenda informativa, su teoría e importancia,	El proceso informativo y la planeación de coberturas informativas	Estrategias Informativas	
Objetivo	Analizar el sustento teórico de la agenda informativa,	Analizar las fases de la producción noticiosa, la organización	Comprender las estrategias de cobertura informativo para el diseño	

	de las audiencias y los factores que intervienen en la planeación	de reporteros y fotógrafos, los criterios editoriales y los escenarios de trabajo	de la agenda
Contenido	Informativa		
	La agenda Informativa	Fases del proceso de la producción noticiosa.	Las distintas estrategias informativas de seguimiento de hechos noticiosos
	Agenda Setting	Tipos de salas de redacción.	
	Sociología de la producción de mensajes	La organización de los equipos de reporteros, fotógrafos y video reporteros.	
	Información exclusiva y colectiva	Criterios editoriales básicos.	
		Escenarios de las coberturas periodísticas.	
Producto de la unidad	Reporte del análisis de la agenda informativa de una sección de tres medios	Reporte del análisis de la producción noticiosa de un medio informativo, la	Reporte del análisis de las estrategias aplicadas en una sección local de un medio durante

durante tres días.	organización de su equipo y los escenarios cotidianos.	tres días.
--------------------	--------------------------------------------------------	------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Albornoz, L. A. (2007). Periodismo digital. *Los grandes diarios en la red*. Buenos Aires. Editorial La Crujía.

De Dios Corona, S. (1998). Rastreado las noticias. Universidad del Valle de Atemajac.

De León Vázquez, Salvador. (2003). La Construcción del Acontecer. Análisis de las Prácticas Periodísticas. Universidad Autónoma de Tamaulipas. CONEICC. Universidad de Guadalajara.

Fogel, Jean-Francois; Patiño, Bruno. (2005). *La Prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*. Punto de Lectura. España.

López, Manuel. *Cómo se fabrican las noticias*. (1995). Fuentes, selección y planificación. Paidós Papeles de Comunicación.

Lozano Rendón, José Carlos. (1996). Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas. Alhambra. México.

Michel, Guillermo. *Para leer los medios. Prensa, radio, cine y televisión*. (2000). Editorial Trillas. México.

Núñez Bustillos, Juan Carlos; De Dios Corona, Sergio René. (2005). *Ser Noticia. Prensa y Sociedad Civil*. Instituto Mexicano de Desarrollo Comunitario, Consejo de Educación de Adultos de América Latina, Taller Editorial La Casa de Mago. México.

Pavlik, John V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Editorial Paidós. Barcelona.

Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda Setting*.

aplicación a la enseñanza universitaria. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales:
<http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf>

Complementaria

Hernández Ramírez, María Elena. (1992). ¿Qué son las noticias? *Comunicación y Sociedad* 14-15: 235-250. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara.

Hernández Ramírez, María Elena. (1995) *La producción noticiosa*. Universidad de Guadalajara. México.

McCombs, M. (1996). "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo". En Bryant, J. y Zillman, D. (1996), (1994)) *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Paidós, Barcelona, p. 13-34.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 3. Mejoramiento de la organización (diagnóstico)
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	29/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante realiza un diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Los conocimientos adquiridos en materias anteriores- Diagnóstico de procesos y funciones editoriales- Diagnóstico de procesos administrativos- Diagnóstico de las formas de producción informativa- Análisis de las funciones y políticas administrativas del medio
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">- Para diagnosticar procesos y funciones administrativas y editoriales- Para evaluar- Organizar y manejar el tiempo
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">- Curiosidad para romper paradigmas..- Propositivo- Autocrítica
Valores	<ul style="list-style-type: none">- Honestidad

- Responsabilidad en el manejo del tiempo
- Compromiso para la entrega de las etapas del diagnóstico
- Ética periodística
- Uso responsable de los derechos de autor.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa final (4)
Título	Diagnóstico de las funciones y políticas editoriales de un medio	Diagnóstico de los procesos de producción informativa de un medio	Diagnóstico de las funciones y políticas administrativas de un medio	Entrega del diagnóstico general de los procesos editoriales y administrativos del medio

sociedad y cultura. La sociedad red. Vol. 1 (7ª ed.).
México: Siglo XXI Editores.

-Fundación Opti (2004). "El futuro de los medios de Comunicación ante el impacto de las nuevas tecnologías" en *Estudio de Investigación del Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial*. [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.opti.org/publicaciones/pdfs/medios_comu.pdf.

-Machado Elías y Palacios Marcos (2003). *Modelos de Jornalismo Digital*. Brasil: Facultad de Comunicación, Universidad Federal de Bahía, Ediciones GJOL.

Complementaria

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de la percepción y necesidades de los consumidores de información periodística
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Jade Ramírez Cuevas Villanueva
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El alumno analiza la percepción de los consumidores de información periodística, para mejorar sus productos noticiosos y lograr que se atiendan ciertas necesidades en un marco de inclusión y pluralidad.

*encuadrarla con algún tipo de enfoque (sustentable, derechos)

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Métodos de investigación• Investigación cuantitativa• Investigación cualitativa• Diseño de encuesta y consultas• Manejo de porcentajes• Perfiles de audiencia por tipo• Comportamiento de audiencias• Consumo y preferencia cultural• Focus group• Raiting
Habilidades	Reconocer la pluralidad Saber atender peticiones Saber leer realidades
Actitudes	Interés por aprender

	Autocrítica y auto-evaluativa
Valores ¹	Respeto, atención, inclusión, ética profesional.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

El alumno obtendrá la capacidad de saber diagnosticar los perfiles de consumidores de productos informativos y orientar mejor sus contenidos y la calidad de la información que difunde según las necesidades de su audiencia.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Diagnóstico que integre tanto la percepción de los consumidores de productos periodísticos como las nuevas necesidades que tienen sobre lo que se oferta y podría ofertarse respecto a temáticas, formatos, géneros periodísticos, perfiles de audiencia, característica de productos, modelos de comunicación y temporalidades.
-------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Métodos de investigación	Investigación cuantitativa	Investigación cualitativa	
Objetivo	Que el alumno conozca las maneras en que puede obtener información en números y características, sobre los perfiles de audiencia y lo que éstas prefieren o necesitan.	Que el alumno diseñe y realice investigación porcentual sobre las preferencias, carencias o necesidades que no están siendo cubiertas.	Que el alumno diseñe y realice investigación temática o focalizada sobre lo que prefiere o necesita el consumidor de productos periodísticos a	

Contenido	<p>*Métodos científicos.</p> <p>*Características y herramientas para cada tipo de investigación</p> <p>*Tipos de encuesta.</p> <p>*Consulta telefónica, *Buzón de sugerencias</p> <p>*Tipos de perfil de consumidor de acuerdo a cada herramienta de investigación</p>	<p>*Estadísticas</p> <p>*Raiting</p> <p>*Agrupación de resultados</p> <p>*Comparativo numérico.</p> <p>*Tópico</p> <p>*Validación de resultados</p>	<p>partir de cierto resultado numérico o estadístico</p> <p>*Consumo y preferencia cultural en diferentes escalas.</p> <p>*Focus group</p> <p>*Análisis de resultados</p> <p>*Análisis actancial (macros)</p> <p>*Comportamiento de audiencias sobre modelos de comunicación (tipo de narrativa, duración, entregas y temporalidad, maneras de transmisión o entrega de un producto).</p>
Producto de la unidad	Diseño de una herramienta de estudio.	Mejora y aplicación de la herramienta diseñada.	Diseño de investigación temática sobre preferencias de consumo a un cierto perfil de audiencia.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Lenon Legun, *Etnicidad Virtual* (2011) Editorial Gedisa.

Galindo Cáceres, Luis Jesús. (1998). *Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Pearson Adison Wesley Longman.

CONACULTA/SEP. *Encuesta Nacional de Consumo Cultural 2010*.

CONAPRED. *Encuesta Nacional de Discriminación 2011*.

Seth Godin, *La vaca púrpura* (2006). Editorial Gedisa.

Martínez Martín, Valentín-Carlos, *Diseño de Encuestas de Opinión* (2003). Ra-Ma librería y editorial, España.

Julien Greimas. *Del sentido II* (1989), ed en español, Gredos.

Julien Greimas. *Semiótica de las pasiones* (1994), ed en español, Gredos.

Complementaria

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Innovación en la difusión informativa
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Jade Ramírez Cuevas Villanueva
Asesor pedagógico	Carmen Coronado
Fecha de elaboración	25/noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El alumno innovará con estrategias focalizadas la difusión de productos periodísticos para lograr mayor impacto en comunidades específicas sobre la información generada y difundida. La propuesta deberá encuadrarse con enfoque sustentable, derechos ciudadanos...

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Gestión Cultural• Marketing social• Contextualización de problemáticas documentadas periodísticamente.• Difusión formal y alternativa en radio, prensa escrita y televisión.• Análisis de perfiles y audiencias• Manejo y administración de directorios y contactos de instituciones, ONG's, OSC's, empresas, servicios especializados, programas académicos.• Organización de eventos masivos presenciales y virtuales.• Producción y edición de compilados periodísticos digitales y físicos.• RSS, redes sociales, blogs, sitios web.
Habilidades	Conocer contextos sociales Analizar posibilidades de distribución Capacidad de experimentación fuera de la redacción periodística
Actitudes	

Valores¹

Creativa.

Respeto, atención, inclusión.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

El alumno obtendrá los conocimientos suficientes para diseñar una estrategia que difunda materiales y productos periodísticos que innoven la manera de acceder y consumir información noticiosa fuera de los espacios tradicionales.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción

Estrategia para difundir y dar a conocer ampliamente en espacios muy diversos, productos o investigaciones periodísticas de largo aliento o espacios informativos según formatos, géneros periodísticos, perfiles de audiencia, característica de productos, modelos de comunicación y temporalidades.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Gestión y Marketing Cultural	Formación de Públicos y organización de eventos	Edición de productos y redes sociales	
Objetivo	Que el alumno conozca las herramientas y	Que el alumno tras identificar	Que el alumno diseñe y realice	

	alcances de la gestión cultural para difundir efectivamente productos de información periodística, fuera de su emisión y salida habitual.	tipos de públicos o audiencia, diseño y realice eventos de difusión como alternativa para dar a conocer ampliamente los resultados de una investigación periodística	productos de comunicación en diversos formatos para divulgar en espacios alternativos producción noticiosa.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> •Introducción y teoría de la Gestión Cultural •Marketing social •Contextualización de problemáticas documentadas periodísticamente. •Difusión formal y alternativa en radio, prensa escrita y televisión. Consumo y preferencia cultural en diferentes escalas. (Casos específicos). 	<ul style="list-style-type: none"> •Análisis de perfiles y audiencias •Manejo y administración de directorios y contactos de instituciones, ONG's, OSC's, empresas, servicios especializados, programas académicos. •Organización de eventos masivos presenciales y virtuales. 	<ul style="list-style-type: none"> *Producción de audio y video *Becas de financiamiento o coinversión *Campaña de difusión focalizada *Lenguajes y narrativas para la innovación de formatos y entrega de un producto.
Producto de la unidad	Propuesta de caso a difundir con bases y argumentos.	Diseño de campaña de difusión alternativa e innovadora	Producción de material o materiales a crear por estrategia o campaña a emprender.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Derrick de Kerckhove, Inteligencias en Conexión (1999). Editorial

	alcances de la gestión cultural para difundir efectivamente productos de información periodística, fuera de su emisión y salida habitual.	tipos de públicos o audiencia, diseño y realice eventos de difusión como alternativa para dar a conocer ampliamente los resultados de una investigación periodística	productos de comunicación en diversos formatos para divulgar en espacios alternativos producción noticiosa.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> •Introducción y teoría de la Gestión Cultural •Marketing social •Contextualización de problemáticas documentadas periodísticamente. •Difusión formal y alternativa en radio, prensa escrita y televisión. Consumo y preferencia cultural en diferentes escalas. (Casos específicos). 	<ul style="list-style-type: none"> •Análisis de perfiles y audiencias •Manejo y administración de directorios y contactos de instituciones, ONG's, OSC's, empresas, servicios especializados, programas académicos. •Organización de eventos masivos presenciales y virtuales. 	<ul style="list-style-type: none"> *Producción de audio y video *Becas de financiamiento o coinversión *Campaña de difusión focalizada *Lenguajes y narrativas para la innovación de formatos y entrega de un producto.
Producto de la unidad	Propuesta de caso a difundir con bases y argumentos.	Diseño de campaña de difusión alternativa e innovadora	Producción de material o materiales a crear por estrategia o campaña a emprender.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFIA

Básica

Derrick de Kerckhove, Inteligencias en Conexión (1999). Editorial

Valores¹

Creativa.

Respeto, atención, inclusión.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

El alumno obtendrá los conocimientos suficientes para diseñar una estrategia que difunda materiales y productos periodísticos que innoven la manera de acceder y consumir información noticiosa fuera de los espacios tradicionales.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción

Estrategia para difundir y dar a conocer ampliamente en espacios muy diversos, productos o investigaciones periodísticas de largo aliento o espacios informativos según formatos, géneros periodísticos, perfiles de audiencia, característica de productos, modelos de comunicación y temporalidades.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Gestión y Marketing Cultural	Formación de Públicos y organización de eventos	Edición de productos y redes sociales	
Objetivo	Que el alumno conozca las herramientas y	Que el alumno las identifique	Que el alumno diseñe y realice	

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Innovación en la difusión informativa
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Jade Ramirez Cuevas Villanueva
Asesor pedagógico	Carmen Coronado
Fecha de elaboración	25/noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El alumno innovará con estrategias focalizadas la difusión de productos periodísticos para lograr mayor impacto en comunidades específicas sobre la información generada y difundida. La propuesta deberá encuadrarse con enfoque sustentable, derechos ciudadanos...

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Gestión Cultural• Marketing social• Contextualización de problemáticas documentadas periodísticamente.• Difusión formal y alternativa en radio, prensa escrita y televisión.• Análisis de perfiles y audiencias• Manejo y administración de directorios y contactos de instituciones, ONG's, OSC's, empresas, servicios especializados, programas académicos.• Organización de eventos masivos presenciales y virtuales.• Producción y edición de compilados periodísticos digitales y físicos.• RSS, redes sociales, blogs, sitios web.
Habilidades	Conocer contextos sociales Analizar posibilidades de distribución Capacidad de experimentación fuera de la redacción periodística
Actitudes	

Básica

Lenon Legun, *Etnicidad Virtual* (2011) Editorial Gedisa.

Galindo Cáceres, Luis Jesús. (1998). *Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Pearson Adison Wesley Longman.

CONACULTA/SEP. *Encuesta Nacional de Consumo Cultural 2010*.

CONAPRED. *Encuesta Nacional de Discriminación 2011*.

Seth Godin, *La vaca púrpura* (2006). Editorial Gedisa.

Martínez Martín, Valentín-Carlos, *Diseño de Encuestas de Opinión* (2003). Ra-Ma librería y editorial, España.

Julien Greimas. *Del sentido II* (1989), ed en español, Gredos.

Julien Greimas. *Semiótica de las pasiones* (1994), ed en español, Gredos.

Complementaria

Contenido	<p>*Métodos científicos.</p> <p>*Características y herramientas para cada tipo de investigación</p> <p>*Tipos de encuesta.</p> <p>*Consulta telefónica,</p> <p>*Buzón de sugerencias</p> <p>*Tipos de perfil de consumidor de acuerdo a cada herramienta de investigación</p>	<p>*Estadísticas</p> <p>*Rating</p> <p>*Agrupación de resultados</p> <p>*Comparativo numérico.</p> <p>*Tópico</p> <p>*Validación de resultados</p>	<p>partir de cierto resultado numérico o estadístico</p> <p>*Consumo y preferencia cultural en diferentes escalas.</p> <p>*Focus group</p> <p>*Análisis de resultados</p> <p>*Análisis actancial (macros)</p> <p>*Comportamiento de audiencias sobre modelos de comunicación (tipo de narrativa, duración, entregas y temporalidad, maneras de transmisión o entrega de un producto).</p>
Producto de la unidad	Diseño de una herramienta de estudio.	Mejora y aplicación de la herramienta diseñada.	Diseño de investigación temática sobre preferencias de consumo a un cierto perfil de audiencia.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Valores ¹	Autocrítica y auto-evaluativa
	Respeto, atención, inclusión, ética profesional.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

El alumno obtendrá la capacidad de saber diagnosticar los perfiles de consumidores de productos informativos y orientar mejor sus contenidos y la calidad de la información que difunde según las necesidades de su audiencia.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Diagnóstico que integre tanto la percepción de los consumidores de productos periodísticos como las nuevas necesidades que tienen sobre lo que se oferta y podría ofertarse respecto a temáticas, formatos, géneros periodísticos, perfiles de audiencia, característica de productos, modelos de comunicación y temporalidades.
-------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título				
	Métodos de investigación	Investigación cuantitativa	Investigación cualitativa	
Objetivo	Que el alumno conozca las maneras en que puede obtener información en números y características, sobre los perfiles de audiencia y lo que éstas prefieren o necesitan.	Que el alumno diseñe y realice investigación porcentual sobre las preferencias, carencias o necesidades que no están siendo cubiertas.	Que el alumno diseñe y realice investigación temática o focalizada sobre lo que prefiere o necesita el consumidor de productos periodísticos a	

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de la percepción y necesidades de los consumidores de información periodística
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Jade Ramírez Cuevas Villanueva
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El alumno analiza la percepción de los consumidores de información periodística, para mejorar sus productos noticiosos y lograr que se atiendan ciertas necesidades en un marco de inclusión y pluralidad.

*encontrarla con algún tipo de enfoque (sustentable, derechos)

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Métodos de investigación• Investigación cuantitativa• Investigación cualitativa• Diseño de encuesta y consultas• Manejo de porcentajes• Perfiles de audiencia por tipo• Comportamiento de audiencias• Consumo y preferencia cultural• Focus group• Raiting
Habilidades	Reconocer la pluralidad Saber atender peticiones Saber leer realidades
Actitudes	Interés por aprender

sociedad y cultura. La sociedad red. Vol. I (7ª ed.).
México: Siglo XXI Editores.

-Fundación Opti (2004). "El futuro de los medios de Comunicación ante el impacto de las nuevas tecnologías" en *Estudio de Investigación del Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial*. [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.opti.org/publicaciones/pdfs/medios_comu.pdf.

-Machado Elías y Palacios Marcos (2003). *Modelos de Jornalismo Digital*. Brasil: Facultad de Comunicación, Universidad Federal de Bahía, Ediciones GJOL.

Complementaria

Objetivo	Integrar al diagnóstico general la parte que evalúa las funciones editoriales	Integrar al diagnóstico general la evaluación sobre los procesos de producción informativa	Integrar al diagnóstico general la evaluación de las funciones y políticas administrativas de un medio	Redactar y revisar el diagnóstico general
Contenido	-Cómo se trabaja en la redacción de un medio - Organigrama general de la redacción	-Cómo se producen las noticias -Etapas en los procesos de producción informativa	-Estatutos y documentos oficiales donde se establezcan o declaren las políticas administrativas del medio	
Producto de la unidad	Diagnóstico de las funciones editoriales	Diagnóstico descriptivo de los procesos de producción del medio	Evaluación de las políticas administrativas del medio	Diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Básica
- Avogadro, Marisa (2004). "NTIC, Convergencia, Tecnología Multimedia... algunas aproximaciones", en *Revista Razón y Palabra* No. 41, octubre [En línea, julio de 2008] Disponible en www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2004/octubre.html .
 - Castells, Manuel (2006a). *La Era de la Información: economía,*

- Responsabilidad en el manejo del tiempo
- Compromiso para la entrega de las etapas del diagnóstico
- Ética periodística
- Uso responsable de los derechos de autor.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCU. A O A LA QUE APOYA

Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

5. RECORTE DE CONTENIDO (un datos y contenidos)

	Etapas 1	Etapas 2	Etapas 3	Etapas final (4)
Título	Diagnóstico de las funciones y políticas editoriales de un medio	Diagnóstico de los procesos de producción informativa de un medio	Diagnóstico de las funciones y políticas administrativas de un medio	Entrega del diagnóstico general de los procesos editoriales y administrativos del medio

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 3. Mejoramiento de la organización (diagnóstico)
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	29/11/2011

2 COMPETENCIA

El estudiante realiza un diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

3 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Los conocimientos adquiridos en materias anteriores- Diagnóstico de procesos y funciones editoriales- Diagnóstico de procesos administrativos- Diagnóstico de las formas de producción informativa- Análisis de las funciones y políticas administrativas del medio
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Para diagnosticar procesos y funciones administrativas y editoriales-Para evaluar-Organizar y manejar el tiempo
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Curiosidad para romper paradigmas..-Propositivo-Autocrítica
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">-Honestidad

aplicación a la enseñanza universitaria. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales:
<http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf>

Complementaria

Hernández Ramírez, María Elena. (1992). ¿Qué son las noticias? *Comunicación y Sociedad* 14-15: 235-250. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara.

Hernández Ramírez, María Elena. (1995) *La producción noticiosa*. Universidad de Guadalajara. México.

McCombs, M. (1996). "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo". En Bryant, J. y Zillman, D. (1996), (1994) *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Paidós, Barcelona, p. 13-34.

durante tres días.	organización de su equipo y los escenarios cotidianos.	tres días.
--------------------	--------------------------------------------------------	------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

Albormoz, L. A. (2007). *Periodismo digital. Los grandes diarios en la red*. Buenos Aires. Editorial La Crujia.

De Dios Corona, S. (1998). *Rastreado las noticias*. Universidad del Valle de Atemajac.

De León Vázquez, Salvador. (2003). *La Construcción del Acontecer. Análisis de las Prácticas Periodísticas*. Universidad Autónoma de Tamaulipas. CONEICC. Universidad de Guadalajara.

Fogel, Jean-Francois; Patiño, Bruno. (2005). *La Prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*. Punto de Lectura. España.

López, Manuel. *Cómo se fabrican las noticias*. (1995). Fuentes, selección y planificación. Paidós Papeles de Comunicación.

Lozano Rendón, José Carlos. (1996). *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*. Alhambra. México.

Michel, Guillermo. *Para leer los medios. Prensa, radio, cine y televisión*. (2000). Editorial Trillas. México.

Núñez Bustillos, Juan Carlos; De Dios Corona, Sergio René. (2005). *Ser Noticia. Prensa y Sociedad Civil*. Instituto Mexicano de Desarrollo Comunitario, Consejo de Educación de Adultos de América Latina, Taller Editorial La Casa de Mago. México.

Pavlik, John V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Editorial Paidós. Barcelona.

Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda Setting*.

	de las audiencias y los factores que intervienen en la planeación	de reporteros y fotógrafos, los criterios editoriales y los escenarios de trabajo	de la agenda
Contenido	<p>Informativa</p> <p>La agenda Informativa</p> <p>Agenda Setting</p> <p>Sociología de la producción de mensajes</p> <p>Información exclusiva y colectiva</p>	<p>Fases del proceso de la producción noticiosa.</p> <p>Tipos de salas de redacción.</p> <p>La organización de los equipos de reporteros, fotógrafos y video reporteros.</p> <p>Criterios editoriales básicos.</p> <p>Escenarios de las coberturas periodísticas.</p>	<p>Las distintas estrategias informativas de seguimiento de hechos noticiosos</p>
Producto de la unidad	Reporte del análisis de la agenda informativa de una sección de tres medios	Reporte del análisis de la producción noticiosa de un medio informativo, la	Reporte del análisis de las estrategias aplicadas en una sección local de un medio durante

Pluralidad

Trabajo en equipo

Respeto al derecho a estar informado

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCIA O A LA QUE APOYA

Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Diseñar, aplicar, supervisar y evaluar la agenda informativa, durante dos días seguidos, de diez reporteros, tres fotógrafos y dos video reporteros que laboren para una empresa multimedia

Definir políticas editoriales para la cobertura informativa de una empresa periodística

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La agenda informativa, su teoría e importancia.	El proceso informativo y la planeación de coberturas informativas	Estrategias Informativas	
Objetivo	Analizar el sustento teórico de la agenda informativa,	Analizar las fases de la producción noticiosa, la organización	Comprender las estrategias de cobertura informativo para el diseño	

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de las audiencias
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Sergio René de Dios Corona
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	dd/mm/aa

2 COMPETENCIA

El estudiante será capaz de planificar, diseñar, organizar, aplicar, supervisar y renovar la agenda informativa de una empresa o institución periodística con base en el interés de las audiencias.

3 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	La Agenda Setting Sociología de la producción de mensajes
Habilidades	Diseño de agendas informativas Diseño de políticas editoriales Organización y conducción de equipos de reporteros Planificación de coberturas periodísticas concretas
Actitudes	Curiosidad permanente Apertura a nuevas temáticas informativas Tomar decisiones rápidas y precisas Analítica de fenómenos periodísticos Apertura al trabajo bajo presión
Valores ¹	Verdad periodística

Editorial F.C.E.
Año 1960 [1942]
Título *Macrostructures. An Interdisciplinary Study of Global Structures in Discourse, Interaction, and Cognition*
Autor Van DIJK, Teun
Editorial Lawrence Erlbaum Associates
Año 1980
Título *Racismo y análisis crítico de los medios*
Autor Van DIJK, Teun
Editorial Paidós
Año 1997



Editorial Siglo XXI
Año 1995 [1994]
Título *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*
Autor McQUAIL, Denis

Editorial Paidós
Año 2000 [1983]
Título *La argumentación*
Autor PLANTIN, Christian

Editorial Ariel
Año 1998 [1996]
Título "Modernidades, otredades, entre-lugares"
Autor PRATT, Mary Louise, en: revista *Desacatos* n.3, primavera



Editorial CIESAS
Año 2000
Título *Horizontes fragmentados; comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*
Autor REGUILLO C., Rossana

Editorial ITESO
Año 2005
Título *Dirección estratégica de empresas de comunicación*
Autor SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso

Editorial Cátedra
Año 2000
Título "La Antigua retórica" (lecciones del curso de 1942); en *Obras completas* t.XIII
Autor REYES, Alfonso



- Año 2002
- Título "El asedio a los periodistas mexicanos". Conferencia en Columbia University, Nueva York (octubre de 2008);
- Autor JUNCO, Alejandro; en: *Revista Este país*, n.215, febrero; pp.35-38
- Editorial *Este país*
- Año 2009
- Título *Logic and Contemporary Rhetoric*
- Autor KAHANE, Howard
- Editorial Wadsworth
- Año 1988
- Título *Los periodistas*
- Autor LEÑERO, Vicente
- Editorial Joaquín Mortíz
- Año 1978
- Título *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*
- Autor MARCHESI, Angelo y Joaquín FORRADELAS
- Editorial Ariel
- Año 1991
- Título "Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos"
- Autor MARTÍNEZ Albertos, José Luis; en CANTAVELLA, Juan y José Francisco SERRANO (coords.): *Redacción para periodistas: informar e interpretar*, pp.51-75
- Editorial Ariel
- Año 2004
- Título *La invención de la comunicación*
- Autor MATTELART, Armand

- Año** 2003
- Título** *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*
- Autor** GOMÍS, Lorenzo
- Editorial** Paidós
- Año** 1991
- Título** *Hacia un país de lectores. Sociología de la lectura*
- Autor** GONZÁLES, Osmar
- Editorial** En: <http://librosperuanos.com/autores/osmar-gonzales12.html> (rev. 23/03/07)
- Año** 2005
- Título** *Comparing Media Systems. Three models of media and politics*
- Autor** HALLIN, Daniel C. y Paolo MANCINI
- Editorial** Cambridge University Press y en: http://books.google.com/books/about/Comparing_media_systems.html?id=954NJC hZAGoC (01/12/2011)
- Año** 2004
- Título** *El marco del lenguaje*
- Autor** JAKOBSON, Roman
- Editorial** FCE
- Año** 1996 [1956]
- Título** "El País frente a los atentados del 11-S norteamericano: «acriticismo» y alineamiento discursivo con la postura estadounidense"
- Autor** JARQUE, José M. , en: *Andamios*, vol. 2, n.3; diciembre, pp.23 - 50
- Editorial** Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Año** 2005
- Título** *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*
- Autor** JENSEN, Klaus B. (ed.)
- Editorial** Routledge

Título *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communications*

Autor THOMPSON, John B.

Editorial Stanford University Press

Año 1990

Título *Los media y la modernidad*

Autor THOMPSON, John B.

Editorial Paidós

Año 1998 [1997]

Título *La noticia como discurso*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Paidós

Año 2001 [1980]

Complementaria

Título "La antigua retórica", en: *La aventura semiológica*.

Autor BARTHES, Roland

Editorial Paidós

Año 2009

Título *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet*

Autor EDO B., Concha

Editorial Comunicación Social

Año 2002

Título "La columna periodística: algunas ideas"

Autor FORNEAS F., María Celia, en: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.9; pp. 139-158

Editorial Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid

- Título** "Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas"
Autor SÁNCHEZ Ruiz, Enrique
Editorial Universidad de Guadalajara, en: *Revista Universidad de Guadalajara* n.20, otoño
Año 2000
- Título** *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*
Autor SANTAMARÍA S., Luisa y María Jesús CASALS C.
Editorial Fragua
Año 2000
- Título** "Periodistas en la cuerda floja"
Autor SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso, en *Cuadernos de información*, 19; pp. 56-61.
Editorial Pontificia Universidad Católica, Santiago de Chile
Año 2006
- Título** *Homo videns*
Autor SARTORI, Giovanni
Editorial Taurus
Año 1998
- Título** "A Balance Between Imitation and Contrast: What Makes Newspapers Successful? A Summary of Internationally Comparative Research"
Autor SCHÖENBACH, Klaus; en: *Journal of Media Economics*, vol. 17, Issue 3
Editorial Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
Año 2004
- Título** *Bases de la investigación cualitativa*
Autor STRAUSS, A. y J. CORBIN
Editorial Universidad de Antioquia
Año 2002 [1990]

- Título** "Fuentes de información y credibilidad periodística"
- Autor** MAYORAL, Javier, en: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.11; pp.93-102.
- Editorial** Universidad Complutense de Madrid
- Año** 2005
- Título** *Falacias y Medios de Comunicación. El discurso como arma*
- Autor** NOCETTI, Óscar
- Editorial** Humanitas
- Año** 1990
- Título** *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*
- Autor** PERELMAN, Chaim y L. OLBRECHTS-TYTECA
- Editorial** Gredos
- Año** 2006 [1989]
- Título** *La mirada en el cristal. La información en televisión*
- Autor** RODRÍGUEZ PASTORIZA, Francisco
- Editorial** Fragua
- Año** 2003
- Título** *La prensa, pasado y presente de México*
- Autor** RUIZ Castañeda, María del Carmen (coord.)
- Editorial** UNAM Instituto de Investigaciones Bibliográficas
- Año** 1990
- Título** *Manual de estructura de la información*
- Autor** SÁNCHEZ-BRAVO Cenjor, Antonio
- Editorial** Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.
- Año** 1992

Año 2010

Título *Un pacto global*

Autor HELD, David

Editorial Taurus

Año 2005

Título *El País o la referencia dominante*

Autor IMBERT, Gerard y José VIDAL BENEYTO (coords.)

Editorial Mitre

Año 1986

Título *The Social Semiotics of Mass Communication*

Autor JENSEN, Klaus B.

Editorial Sage

Año 1995

Título *Elementos de retórica literaria*

Autor LAUSBERG, Heinrich

Editorial Gredos

Año 1998 [1963]

Título *El artículo de opinión. Introducción a la historia y la teoría del articulismo español*

Autor LEÓN Gross, Teodoro

Editorial Ariel

Año 1996

Título *Los patrones de la argumentación. La argumentación en los clásicos y en el siglo XX*

Autor MARAFIOTI, Roberto

Editorial Biblos

Año 2003

a 15)

(Unidad 1)

editorializantes

noticias
actuales

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Título** *Teoría general de la información*
- Autor** ABRIL C., Gonzalo
- Editorial** Cédra
- Año** 1997
- Título** *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*
- Autor** ARMAÑANZAS, Emy y J. DÍAZ
- Editorial** Servicio editorial de la Universidad del País Vasco
- Año** 1996
- Título** *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*
- Autor** BUSTAMANTE, Enrique (coord.)
- Editorial** Gedisa
- Año** 2003
- Título** *La galaxia internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*
- Autor** CASTELLS, Manuel
- Editorial** Areté
- Año** 2001
- Título** "Discurso periodístico: una propuesta analítica"
- Autor** GUTIÉRREZ Vidrio, Silvia; en revista: *Comunicación y Sociedad*, n.14, julio – diciembre; pp.169 - 198
- Editorial** Universidad de Guadalajara

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON OQUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Descripción y análisis de los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio.

5. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Las empresas de noticias	Responsabilidad editorial y discurso periodístico	En el laberinto de la libertad	Procesos informativos posibles en la globalización
Objetivo	Nombrar y describir las fuentes noticiosas de referencia	Identificar casos de conflictos editoriales de intereses	Interpretar los tipos de discursos: persuasivos, publicitarios y propagandísticos	Discernir entre prácticas reales, deseables e indeseables
Contenido	Identificación de marcos, recursos, prácticas y gestores significativos.	Estudio de la credibilidad noticiosa como estímulo y rasgo del prestigio.	Diseño y construcción de indicadores para el análisis del discurso editorial de las empresas noticiosas.	Formulación de propuestas de discursos.
Producto de la unidad	Catálogo razonado de empresas de noticias (de 5	Ampliación y cruce de datos con Catálogo	Presentación de indicadores para el análisis en la crítica de 5 textos	Redacción de 3 editoriales o textos de opinión sobre

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Problematización de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Gilberto Magaña Hernández
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	1 de Diciembre 2011

2. COMPETENCIA

Identificar, describir y analizar los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio y las explicaciones a ellos presentadas.

3. ATRIBUJOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Los gestores de contenidos por sus prácticas, estructura administrativa, recursos. Los procesos administrativos y editoriales: su contexto y las responsabilidades. Estructuras discursivas. Relaciones entre poder (interés) y opinión pública. Conceptos de información, técnica, persuasión, publicidad y propaganda. Los reglamentos y la ética.
Habilidades	Documentación, análisis, interpretación y argumentación.
Actitudes	Pluralismo, Tolerancia, Lealtad.
Valores ¹	Respeto a la ley; Solidaridad; Libertad.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

Producto de la unidad	Reporte de las áreas, unidades o secciones que conforman el proceso de producción informativa	Base de datos o vaciado de resultados de la aplicación de la encuesta	Diagnóstico general de los procesos de producción informativa en un medio.
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Básica**
- AGUILAR ELÍAS, Laila Patricia (1994) El papel de un editor en la elaboración de noticieros para Notisistema, informe sobre Experiencia Profesional. Guadalajara: ITESO.
- BRACHO GONZÁLEZ, Teresa (1978) Estudio sobre la evolución y difusión de noticias en la Ciudad de México, tesis Universidad Iberoamericana. México.
- CASTELLANOS RODRÍGUEZ, Marcela María del Rocío (1985) Cómo se elabora la nota informativa para un diario nacional. México: Universidad Anáhuac.
- HERNÁNDEZ RAMÍREZ, María Elena (1991) "La producción de noticias en una organización radiofónica tapatía: Notisistema" en Aceves, Arredondo y Luna (comps.) Radiodifusión Regional en México. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (1992) ¿Qué son las noticias? Guadalajara
- (1995) La producción noticiosa. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CEIC, Colección Estado, Cultura y Sociedad.
- KRIPPENDORFF, Klaus (1990) Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós.
- LALINDE POSADA, Ana María (1992) "La noticia construcción de la realidad", en Comunicación, identidad e integración latinoamericana, t. II, Las industrias culturales. México: Opción.
- Tuñez, Miguel y Guevara, Melitón (2009): "Framing por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias", en Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 1.030 a 1.044.
http://www.revistalatinacs.org/09/art/878_USC/79_145_Tunez_y_Guevara.html
- Tejedor Calvo (2008). Estudios sobre el Mensaje Periodístico
<http://america.sim.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110617A/12017>
 Biblioteca Complutense | Servicio de Publicaciones
- Salaverría, Ramón (año). ¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE LA CONVERGENCIA DE MEDIOS? Universidad de Navarra.
<http://www.almendron.com/cuaderno/varios/medoc-0411-01.pdf>

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción El estudiante elabora un diagnóstico general de los procesos de producción informativa en un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Los procesos de producción informativa	Las prácticas en los procesos de producción informativa	Análisis y diagnóstico de las formas de producción
Objetivo	Identificará los procesos que conforman la cadena de producción de la información	Realizará trabajo de campo con el fin de analizar las prácticas y procesos de producción de información en un medio	Elaborará un diagnóstico de las formas de producción informativa
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> *Teorías sobre la producción de noticias *Cambios o tendencias en las dinámicas de producción informativa 	<ul style="list-style-type: none"> *Diseño de encuesta o entrevista para identificar las prácticas de producción informativa en un medio *Aplicación de la encuesta o entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> *Evaluación de resultados de la encuesta o entrevista *Identificación de las fortalezas y debilidades en las formas y prácticas de la producción informativa

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Diagnóstico de las formas de producción informativa
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo
Aesor pedagógico	
Fecha de elaboración	30/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante diagnóstica los procesos de producción informativa de un medio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Teorías sobre la producción de noticias-Formas de producción informativa-Organización para la producción informativa-Mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias Diagnosticar
Habilidades	Espíritu crítico, capacidad analítica y habilidades de comunicación oral y escrita
Actitudes	Reflexiva, de liderazgo, activa, sociable, gestionaora y original.
Valores ¹	Responsabilidad , ética periodística, compromiso social

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

Complementaria

Mattelart, Armand (2005). La batalla de los medios, entrevista de Atilio Borón a Armand Mattelart. CLACSO, Buenos Aires.

Zapata, Rafael (2008). *El campo de la comunicación*. ITESO.

De Fleur, Melvin y Ball-Rockeach, Sandra (2000). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

McQuail, Denis (1999). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Maigret, Eric (2006). *Sociología de la comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica.

Martín-Barbero, Jesús (2004). *De los medios a las mediaciones*. Caracas: Convenio Andrés Bello.

Zillman, Dolf y Bryant, Jennings (1998). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Producto de la
unidad

Ensayo crítico

Ensayo crítico

Ensayo crítico

Ensayo crítico

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Mattelart, Armand y Mattelart Michèle (2006). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Mattelart, Armand y Neveau, Erik (2006). *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós.

Wolf, Mauro (1996). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

Fuentes, Raúl (2004). Comunicación, cultura, sociedad: fundamentos conceptuales de la posdisciplinariedad, en *Tram(p)as de la comunicación*, No. 1.

González, Jorge (2005). De la pila hasta el océano: comunicación y estudios de la cultura en México, en *Tram(p)as de la comunicación*, No. 1.

González, Rodrigo (2011). A 55 años de la irrupción de los líderes de opinión, *Razón y palabra*, no 75.

Orozco, Guillermo y González, Rodrigo (2012). ...

Una encrucijada metodológica. México: Inktablet.

Wolf, Mauro (1994). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Wolf, Mauro (1996). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

Vidales, Carlos (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación*. México: CAEIP

Contenido

dar cuenta de los orígenes teóricos de la comunicación como una problemática constitutiva de lo social	cuenta de las principales causas históricas de la emergencia de la comunicación como campo organizado y especializado del saber social	sea capaz de reconocer los principales puntos en el debate acerca de la comunicación como campo, disciplina o ciencia	sea capaz de reconocer las principales tendencias teóricas actuales y su pertenencia a paradigmas anteriores o emergentes
Pensamiento social clásico y las intuiciones comunicativas de la organización social	La institucionalización de los estudios comunicacionales	La crisis de las ciencias sociales	Ecología de la comunicación
La sociedad de redes y flujos	El debate sobre el objeto de los estudios comunicacionales	La crisis objetual del episteme comunicacional	Estudios culturales latinoamericanos
Psicosociología de las masas	El funcionalismo norteamericano	La comunicación como campo, disciplina o ciencia	Sistémica de la comunicación
Aguja hipodérmica	La escuela crítica de Frankfurt	La estructura de las revoluciones científica	
Público fantasma	Pensamiento crítico norteamericano	Los estudios culturales	
Ecología social de Chicago		La economía política	

Valores ¹	<p>saber comunicacional</p> <p>Tenacidad para seguir el desarrollo de una historia en evolución</p> <p>Motivación para encontrar la aplicabilidad de estos saberes</p>
----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Estado de la cuestión sobre nuevos modelos y canales comunicativos
-------------	--------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Las grandes intuiciones sobre el componente comunicativo de lo social	La consolidación del campo comunicativo en los saberes de lo social	El debate actual sobre el estatuto científico de la comunicación como saber	Los paradigmas actuales
Objetivo	Que el alumno sea capaz de	Que el alumno sea capaz de dar	Que el alumno	Que el alumno

Nombre del curso	Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación
Programa al que pertenece	Licenciatura en periodismo digital
Experto disciplinar	Rodrigo González Reyes
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/11/11

2. COMPETENCIA

El estudiante conoce las diferencias y características de los principales modelos y paradigmas de la comunicación históricos y actuales.

3. ATRIBUOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<p>Contexto histórico de los principales modelos y paradigmas de la comunicación</p> <p>Contexto epistemológico de los principales modelos y paradigmas de la comunicación</p> <p>Contexto de aplicación de los principales modelos y paradigmas de la comunicación</p>
Habilidades	<p>Identificar la diferencia entre modelo y paradigma</p> <p>Identificar las diferencias epistemológicas entre los principales modelos y paradigmas históricos de la comunicación</p> <p>Identificar la propuesta epistemológica de principales modelos y paradigmas actuales de la comunicación</p>
Actitudes	<p>Objetividad para dar cuenta de los detalles diferenciadores epistemológicos</p> <p>Flexibilidad para encontrar comunes denominadores epistemológicos</p> <p>Curiosidad para seguir profundizando en este campo básico del</p>

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Unidad 1:

Aguar, Henoch (2010). *Lo digital en la sociedad del conocimiento*, en Instituto de Estudios sobre Comunicación (Ed.). Buenos Aires: La cruzja.

Amado, Adriana (2008). *Auditoría de la comunicación*. Buenos Aires: La cruzja.

González, Rodrigo (2012). *Las necesidades de información en la organización*. Universidad de Guadalajara (material diseñado para este curso).

González, Rodrigo (2012). *Mapa de públicos*. Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (material diseñado para el curso).

Mancini, Pablo (2011). La audiencia, en Mancini, Pablo (Aut.) *Hackear el periodismo* (37 – 54). Buenos Aires: La cruzja.

Igarza, Roberto (2008) Introducción, en Roberto Igarza (Aut.) *Nuevos medios: estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La cruzja.

Ortega, Sergio (2007). Evolución del perfil de usuario: usuario 2.0. *No sólo Usabilidad*, No. 6.

Prado Miguel Ángel (2010). *Información y documentación, dos recursos estratégicos para la empresa*, XI Jornadas Española de Documentación, No. 15.

Video: Hábitos de consumo de información de los internautas.

Animal político:

http://www.youtube.com/watch?v=B_MYRBRhiYI

o

<http://www.animalpolitico.com/2011/08/habitos-de-consumo-de-informacion-de-los-internautas-2/>

Complementaria

Barbosa, Marialva (2004). Público: sustantivo, adjetivo y verbo. *Signo y pensamiento*, 45, 105 – 113.

Brandolini, Alejandra y González, Martín (2008). *Comunicación interna*. Buenos Aires: La cruzja.

Navarro, Fidela (2009). *Del ágora al rating*. México: Porrúa (extracto).

	las principales actividades de información en una organización	principales niveles de organización de las actividades de información en una organización	básicas en el diagnóstico y mejora de servicios de información para las audiencias de la organización	básicos en la diversificación de servicios información para las audiencias de la organización
Contenido	Las actividades de información en la organización	Servicios de información no comercial	Auditoría de la comunicación	Servicios de información por canal
	Actividades informativas para públicos internos	Servicios de información comercial	Identificación de audiencias	Servicios de información por función
	Actividades informativas para públicos externos		Análisis de usabilidad	Servicios de información por economía de recursos
Producto de la unidad			Análisis de hábitos de consumo de información	
	Reporte de tipificación de actividades de información en la organización	Reporte de actividades predominantes de información en la organización	Primera parte de Bitácora de proceso de implementación del proyecto de mejora de servicios informativos	Segunda parte de Bitácora de proceso de implementación del proyecto de mejora de servicios informativos

- Creatividad en la resolución de conflictos informativos
- Ecuanimidad en la toma de discusiones
- Perseverancia en la búsqueda de soluciones

Valores¹

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción

Bitácora del proceso de implementación del proyecto de mejora de los servicios informativos

5. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Tipificación de las actividades de información en la organización	Niveles de organización de las actividades de información en la organización	Mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización	Diversificación de los servicios de información para las audiencias de la organización
Objetivo	Que el estudiante identifique	Que el estudiante identifique los	Que el alumno conozca las estrategias	Que el alumno conozca los principios

Complementaria

Gedisa.

CONACULTA/SEP, Atlas de infraestructura cultural de México (2003).

Pierre Bourdieu, Razones Prácticas. (no tengo el año). Anagrama.

Victor Roura, Cultura, ética y prensa (2001). Croma, Paidós.

Diccionario crítico de política cultural e imaginario, Teixeira Coelho (2000). ITESO/CNCA.

El arte del mercado del arte, Miguel Peraza (2008), Miguel Pomúa.

Las industrias culturales y el desarrollo en México, Ernesto Piedras (2007).

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Vinculación comercial e interinstitucional
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Norma Lilia Cerda Martínez
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	2/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante será capaz de elaborar estrategias de vinculación y comercialización con organizaciones de medios, agencias de noticias y otras instituciones sociales para generar convenios y vínculos que le ayuden a consolidar el trabajo informativo.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Estrategias de vinculación comercial Relaciones públicas Redes de trabajo e intercambio de información
Habilidades	Espíritu crítico, capacidad analítica y habilidades de comunicación oral y escrita, instrumentar, elaborar y aplicar estrategias diversas
Actitudes	Reflexiva, de liderazgo, activa, sociable y original.
Valores ¹	Responsabilidad, ética periodística, compromiso social

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL NIVEL DE GRADO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación y vinculación de una organización informativa con instituciones y organizaciones externas en las

áreas administrativa y de producción editorial.

5. PRODUCCIÓN LABORAL

Descripción El estudiante elabora y propone estrategias de vinculación comercial, de la producción informativa.

6. RECORRIDO DEL CONTENIDO (curriculares y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Por qué generar vínculos	Estrategias comerciales y de vinculación	Plan estratégico de vinculación y comercialización
Objetivo	Identificar las necesidades y metas de la organización, así como los actores y organizaciones para establecer vínculos estratégicos	Definirá las estrategias comerciales y de vinculación que desea establecer para su medio.	Elaborará un plan estratégico de comercialización y vinculación con organizaciones e instituciones de acuerdo con metas y perfil del medio
Contenido	La importancia de generar vínculos con actores y organizaciones externas	Medios estratégicos para la vinculación	Convenios estratégicos con organizaciones externas
	Metas u objetivos de la empresa periodística	Estrategias de vinculación comercial	Relaciones públicas
	Identificación de organizaciones e instituciones para	Redes de trabajo e intercambio de información	

Producto de la unidad	establecer vínculos Mapa conceptual o PowerPoint donde se presenten las metas y objetivos de las organizaciones, así como la lista de organizaciones e instituciones con las que sería pertinente (de acuerdo a las metas y objetivos) establecer convenios o vínculos.	Identificación y explicación de los diversos componentes que considerará para la propuesta de vinculación comercial	Propuesta de las estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa
-----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

BIBLIOGRAFÍA

- Básica
- Prahalad C. K. *Estrategia en el siglo XXI (2010) Ediciones Deusto.***
http://books.google.es/books?id=jRhgEWiz1TOC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- SAINZ Jose Maria, De Vicuña (2006), *El plan de marketing en la práctica.***
- Mattelart Armand, Multigner Gilles (2007) *La comunicación-mundo: historia de las ideas y de las estrategias.* Siglo XXI Editores**
<http://books.google.com/books?id=agU-bMCIQAQC&printsec=frontcover&hl#v=onepage&q&f=false>
- Munuera Jose Luis, y otros. (2007) *Estrategias de marketing: un enfoque basada en el proceso de dirección***
http://books.google.es/books?id=aj7wABSD7-MC&printsec=frontcover&dq=estrategias+de+marketing&hl=es&ei=PA_ZTt-iFdT1sQL71qTrDQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CDcQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false
- Prahalad C. K. *La fortuna en la base de la pirámide: cómo crear una vida digna y aumentar ...* (2005) dit. Granica**
http://books.google.es/books?id=MjntAttdtIQC&pg=PA308&dq=perspectiva+comercial&hl=es&ei=tQ7ZTuCFLYX_sQLb-5GCDg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=10&ved=0CGAQ6AEwCQ#v=onepa

ge&q=perspectiva%20comercial&f=false

Video. Nuevas estrategias comerciales <http://youtu.be/WqP2WGM7M2A>

Video. Mesa redonda: ¿Fusiones o estrategias comerciales comunes?
<http://youtu.be/p-poL1tluNQ>

Video. Cosimo Chiesa: Claves para mejorar la estrategia comercial
<http://youtu.be/sKLFcLl45N8>

Complementaria

De la Rica, Enrique (2000) *Marketing en Internet*. Edit. Esic Editorial, Madrid
<http://redgiga.com/documentacion/marketingeninternet.pdf>

Tellis, Gerard J., Redondo, Ignacio (2002) *Estrategias de publicidad y promoción*.
<http://148.201.96.14/dc/ver.aspx?ns=000166552>

Kotler Philip, Roberto Eduardo L. *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*
<http://bit.ly/rJuNZG>

Datos generales del curso

Nombre del curso	Diseño y técnicas para la Investigación periodística
Programa al que pertenece	Licenciatura en periodismo digital
Experto disciplinar	Mtro. Héctor Farina Ojeda
Aesor pedagógico	Ana Xochitl Castañeda Salcedo
Fecha de elaboración	24 de noviembre de 2011

Competencia

El estudiante diseño un proyecto de investigación, con sus respectivas técnicas y estrategias para obtener la información requerida para profundizar en la búsqueda de los temas que contribuyan a una sociedad mejor informada.

Atributos de la competencia

Conocimientos	Planificación de un tema de investigación periodística, elección de fuentes, técnicas de recolección de información y conocer las formas de acceso a la información.
Habilidades	Analizar la realidad de forma crítica pero veraz, indagar a profundidad, detectar temas de interés por su contenido y no por su capacidad de venta.
Actitudes	De apertura y respeto.
Valores ¹	Investigar los hechos. Respetar la propiedad intelectual. Buscar la veracidad de la información.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

Competencia del perfil de egreso con la que se vincula o apoya

Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Producto final del curso

Descripción **Diseño del proyecto de investigación periodística que contenga: Delimitación del tema, fuentes a consultar, estrategias y técnicas para obtener la información periodística, así la planificación de cómo difundir la investigación**

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	El camino a recorrer entre la idea y la investigación	Las herramientas adecuadas para cada ocasión	Entre la planeación y la realidad
Objetivo	Aprender a planificar una investigación periodística	Conocer el uso y la aplicación de las técnicas periodísticas para la obtención de información.	Clasificar las fuentes del periodismo de investigación, así como establecer las formas de acceso. Producto final: Integrar el proyecto de investigación periodística.
Contenido	Planificación de una investigación periodística: temas de investigación, delimitación.	Las técnicas de investigación: entrevista, observación, rastreo de documentos, etc.	Las fuentes del periodismo de investigación: personales, documentales, gubernamentales, no gubernamentales, las fuentes off y on the record.
Producto de	Proyecto de	Cuadro sinóptico con	Mapa mental de fuentes a

la unidad	investigación periodística.	las diferentes técnicas y las fuentes en las que se recomiendan.	ser consultadas para la realización de la investigación. Producto final: Diseño de un proyecto de investigación.
-----------	-----------------------------	------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica	<p>Abril, Natividad (sf). "El reportaje interpretativo" (pp. 65-88). En <i>Información interpretativa en prensa</i>. España: Síntesis.</p> <p>Periodismo de investigación. Teoría y Práctica. Editorial Síntesis, España</p> <p>Faundes, Juan Jorge (2003) "Periodismo de Investigación en Sudamérica: obstáculos y propuestas". Sala de Prensa N. 58., agosto de 2003. Documento en línea disponible en: http://www.saladeprensa.org/art475.htm</p> <p>Grijelmo, Alex (2008). "El título del reportaje" (pp. 480-493). En <i>El estilo del periodista</i>. México: Editorial Taurus.</p> <p>Gorriti, Gustavo (2010) "Periodismo de investigación y defensa personal". Documento en línea, disponible en HYPERLINK "http://www.saladeprensa.org/art1029.htm" http://www.saladeprensa.org/art1029.htm</p> <p>Klein, Darío (2001). "El papel del periodismo de investigación en la sociedad democrática". En <i>Razón y Palabra</i>. N. 22, mayo – julio. Documento en línea: (HYPERLINK "http://www.razonypalabra.org.mx/antefiores/n22_dklein.html").</p> <p>Parratt, F. Sonia (2003). <i>Introducción al reportaje: Antecedentes, actualidad y perspectivas</i>. España: Universidad de Santiago de Compostela.</p> <p>Quesada, Montserrat (1987). <i>El periodismo de investigación. El caso español</i>. Barcelona: Editorial Ariel.</p> <p>Randall, David (2008). "Periodismo de investigación". En <i>El periodista Universal</i>. España: Editorial Siglo XXI</p> <p>Requejo Alemán, José Luis (2010) "¿Cómo se financia el periodismo de investigación en Estados Unidos?". Documento</p>
--------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>en línea disponible en http://www.saladeprensa.org/art1030.htm</p> <p>Reyes, Gerardo (2007). "Intersticios del periodismo de investigación". En Sala de Prensa, documento en línea: www.saladeprensa.org/art12.htm</p> <p>----- (2005). Periodismo de Investigación. México: Trillas; tercera reimpresión.</p> <p>Rodríguez, Pepe (1994). Periodismo de Investigación, técnicas y estrategias. España: Paidós.</p> <p>Saad, Anuar (2001). El reportaje. Documento en línea disponible en http://www.saladeprensa.org/</p> <p>Santoro, Daniel (2004). Técnicas de investigación. Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina. México: Fondo de Cultura Económica, colección Nuevo Periodismo</p>
Complementaria	<p>Quesada, Montserrat (1997). Periodismo de Investigación o el derecho a denunciar. Barcelona: Editorial Cims'97.</p> <p>Eloy Martínez, Tomás (1997) "Periodismo y narración". Conferencia ante la asamblea de la SIP el 26 de octubre de 1997, en Guadalajara, México. Documento en línea disponible en http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=2877</p> <p>Wolfe, Tom (1994). El nuevo periodismo. Barcelona: Anagrama.</p>

Datos generales del curso

Nombre del curso Proyecto 2 (Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información)

Programa al que pertenece Licenciatura en Periodismo Digital

Experto disciplinar Mtro. Héctor Farina Ojeda

Asesor pedagógico

Fecha de elaboración 24 de noviembre de 2011

Competencia

El estudiante comunica por medio de técnicas y los nuevos canales de información la información de interés general en el contexto de la sociedad de la información.

Atributos de la competencia

Conocimientos Planificación del proyecto de investigación periodística, elaboración de instrumentos, aplicación de las técnicas necesarias para la recolección de información, creación de productos multimedia, aprovechamiento de los diversos canales de difusión.

Habilidades Investigar información de interés, llegar a las fuentes propicias, de redacción e incorporación de los diferentes elementos multimedia.

Actitudes Creatividad

Valores¹ Respeto a la promoción de un nuevo mundo de la información y la comunicación. Buscar la precisión y el rigor investigativo.

Competencia del perfil de egreso a la que se vincula

Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo. Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación. Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.

Producto final del curso

Descripción	<p>Reportaje de investigación periodística, presentado en formato multimedia, y que contenga además una planificación de difusión a través de los nuevos canales: Internet, redes sociales y otras plataformas digitales.</p> <p>Ensayo reflexivo, basado en un diario o cuaderno de notas, sobre el proceso de investigación: dificultades, ventajas y propuestas de mejora.</p>
--------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Partir de cero	Sumergirse en las aguas del proyecto	El proceso de reducción y apreciación de la información	Revelar el producto en el momento y lugar adecuado
Objetivo	Diseñar un proyecto de investigación periodística.	Producir y obtener información para un reportaje de investigación.	Redactar y producir un reportaje en formato multimedia.	Planificar mecanismos de difusión para plataformas en línea.
Contenido	Planificación, delimitación y	El trabajo de campo:	La construcción del reportaje de	La difusión: herramientas y

	elección de técnicas y fuentes para la investigación.	producción y recolección de información.	investigación: redacción y producción en formato multimedia.	canales digitales para acceder a las audiencias.
Producto de la unidad	Proyecto de investigación periodística	Cuadro sinóptico con las principales actividades del diario de campo acompañado de alguna evidencia	Presentación del producto multimedia sobre el reportaje periodístico	El lanzamiento del reportaje por medio de diversos canales digitales

Bibliografía

Básica

Caminos Marcet, José (1997) *Periodismo de investigación. Teoría y Práctica*. Editorial Síntesis, España.

Faundes, Juan Jorge (2003) "Periodismo de Investigación en Sudamérica: obstáculos y propuestas". Sala de Prensa N. 58., agosto de 2003. Documento en línea disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art475.htm>

Fernández, Juan José (2008) *Prensa especializada actual*. Mc Graw Hill, Madrid, España.

Grijelmo, Alex (2008). "El título del reportaje" (pp. 480-493). En *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.

Gorriti, Gustavo (2010) "Periodismo de investigación y defensa personal". Documento en línea, disponible en <http://www.saladeprensa.org/art1029.htm>

Complementaria

Rojo Villada, Pedro Antonio (2005) *Producción periodística y nuevas tecnologías*. Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España.

Datos generales del curso

Nombre del curso Proyecto 4: Mejoramiento de los procesos y espacios de producción Informativa

Programa al que pertenece Licenciatura en Periodismo Digital

Experto disciplinar Mtro. Héctor Farina Ojeda

Asesor pedagógico

Fecha de elaboración 24 de noviembre de 2011

Competencia

El estudiante aprovecha los recursos tecnológicos con miras a optimizar el proceso de producción noticiosa, tanto en la recolección de información como en la selección de los recursos que se usarán para la producción de noticias.

Atributos de la competencia

Conocimientos Recursos tecnológicos, procesos de producción noticiosa, selección de herramientas digitales para recolección de información.

Habilidades Utilizar herramientas tecnológicas para buscar y procesar información, planificar las noticias en función de las necesidades del medio.

Actitudes Creatividad

Valores¹ Respeto a la promoción de un nuevo mundo de la información y la comunicación. Buscar la precisión y el rigor investigativo.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

Competencia del perfil de egreso con la que se vincula

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

Producto final del curso

Descripción Proyecto para el mejoramiento de los mecanismos de producción noticiosa que incluya: uso de tecnología para búsqueda y procesamiento de información, y planificación de las noticias en función de los recursos tecnológicos para llegar a las audiencias.

RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	La tecnología como factor de optimización en el periodismo	La tecnología y la planificación editorial	Nuevos medios y nuevos procesos de producción
Objetivo	Conocer los recursos tecnológicos que permitan optimizar el proceso de recolección de información.	Aprender a planificar las noticias en función de las necesidades de difusión.	Aprender a planificar nuevos medios, con mejores procesos de producción noticiosa.
Contenido	Recursos tecnológicos para búsqueda y producción de información.	La planificación editorial conforme a las necesidades de difusión tecnológica: audio, video, fotos, etc.	Planificación de un nuevo medio: propuesta para el mejoramiento de la rutina de producción noticiosa.
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico con las principales herramientas tecnológicas usadas por el periodista, sus usos y beneficios para la producción noticiosa.	Presentación de la planificación de una noticia, donde se establezcan qué recursos tecnológicos se utilizarán y la manera de difundir la noticia en medios digitales.	Proyecto de un nuevo medio de comunicación, con una descripción de los procesos que se usarán para producir contenidos periodísticos.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

- Básica**
- Cea Esteruelas, María Nereida (2009): "Modelo de negocio de la empresa periodística en Internet: El caso de Prisa", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 938 a 950. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna.
- Cebrián Herreros, Mariano (2010) (director), *Desarrollos del periodismo en Internet*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, España.
- Edo, Concha (2002) *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet* (2002). Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España
- Yus, Francisco (2010) *Ciberpragmática 2.0 Nuevos usos del lenguaje en Internet*, Ariel, España.
- Rojo Villada, Pedro Antonio (2005) *Producción periodística y nuevas tecnologías*, Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España
- Salaverría, Ramón (2003). "Convergencia de los medios", *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, marzo, número 081. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador, pp 32-39
- Salaverría, Ramón (2005). *Redacción periodística en Internet*. Barcelona, España. EUNSA, Colección comunicación
- Complementaria**
- Meso Ayerdi, Koldobika (2003). "Nueva profesión: el periodista digital". *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, marzo, número 081. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito Ecuador. Pp 4-11. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/Inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16008101>
- Van Weezel, Aldo (2011), "Hacia dónde va la industria de periódicos", en *Asociación Nacional de la Prensa*, Chile. Disponible en http://www.anp.cl/estudios/112-estudios-anp-aldo-van-weezel?sms_ss=twitter&at_xt=4ddc27b7e3d5e3e8,0

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Redacción de Géneros periodísticos interpretativos
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Óscar Tagle
Asesor pedagógico	Maria Laura Tostado Malacón
Fecha de elaboración	Octubre 2012

2 COMPETENCIA

El estudiante desarrolla una escritura creativa aplicada a la redacción de notas periodísticas y utiliza herramientas para perfeccionar la síntesis y la agilidad mental a través de técnicas y recursos literarios.

3 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Redacción recreativa de notas con carácter periodístico.• Escritura alterna al periodismo convencional.• Formatos y estilos.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Formas de escritura periodística.• Escribir de manera concisa y creativa para cualquier medio.• Adaptación del lenguaje en las nuevas tecnologías [portales, redes sociales].• Agudeza y sentido periodístico.• Escribir de forma alterna al periodismo convencional
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Enriquecimiento del lenguaje.• Propiciar un discurso original.• Ampliar las posibilidades personales en los géneros periodísticos.
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">• Ética periodística al desarrollar notas• Objetividad en el manejo de la información• Pluralidad en el tratamiento de fuentes.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4 COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Producción y difusión de contenidos.

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

Redactar de forma creativa textos periodísticos de diversos géneros.

Contar bien una historia de manera sintética.

Economizar medios sin que falte detalle y color al texto.

Escribir de manera libre sin que la nota pierda la información y la veracidad.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Una página editorial que integre notas, fotonotas, crónica y perfil; basada en información local, nacional, internacional, de temas políticos, sociales, culturales, científicos y deportivos; y que refleje el estilo personal creativo del periodista.
-------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La creatividad en la narrativa periodística	Géneros literarios breves como herramienta para el soporte creativo	El perfil de un personaje y su configuración.	
Objetivo	Redactará notas en forma de relato. Escribirá fotonotas y crónicas de manera creativa a partir de	Redactará textos a partir de modelos literarios breves y contemporáneos.	Dará forma recreativa al perfil de un personaje, sea mediante documentación o	

Contenido	<p>imágenes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notas, fotonotas y crónicas recreadas. • Selección de textos literarios de consulta 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra de literatura contemporánea de géneros breves cuya característica es el humor, la ironía, la sátira y lo sintético. • Tuites, la síntesis en 140 caracteres. • Notas del periódico <i>El Telegrama</i>. 	<p>entrevista</p> <ul style="list-style-type: none"> • Serie de perfiles de personajes de diversos ámbitos. • Selección de textos literarios de consulta.
Producto de la unidad	Muestrario de notas, fotonotas y crónicas redactadas de forma creativa	Ejercicios de redacción periodística de corte breve	Cinco de documentación o entrevista

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Abril, Natividad (2003). *Información Interpretativa en Prensa*. España: Editorial Síntesis. (Crónica: pp. 89-110)
- Alvarado Lumbreras, Héctor (2010). "Criterios de calidad y periodismo" (pp. 27-41 y 163-170). En *El periódico de calidad. Estudio sobre un modelo de prensa de referencia internacional*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Grijelmo, Alex (2008). *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.
- Gomis, Lorenzo (2008). "Funciones y géneros del periodismo de comentario" p (167-205). En *Teoría de los géneros periodísticos*. España: Editorial UOC
- Peralta, Dante. A. J (2007). *La crónica periodística. Lectura crítica y redacción*. La Crujía Ediciones.
- Pérez, Alejandro (2001). *Historia del humor gráfico en México*. Editorial Milenio

Complementaria

- Riva Palacio, Raymundo (1998). *Más allá de los límites. Ensayos para un nuevo periodismo*. México: Fundación Manuel Buendía y Universidad Iberoamericana
- Ruiz Abreu, Álvaro (2007). *Así Habla la Crónica*. Universidad Autónoma Metropolitana. Velásquez O. César Mauricio et. All., (2005).
- Velásquez O. César Mauricio et. All., (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Colombia: Universidad de la Sabana, Ecoe ediciones.
- Yanes, Rafael (2005). "La Crítica de Arte como Género Periodístico". En: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n45/ryanes.html>
- Weston, Anthony (2005). *Las claves de la argumentación*. España: Editorial Ariel. (Partes del libro están disponibles en Google books
- Escalante, Beatriz (2007). *Curso de Redacción para escritores y periodistas*. México: Editorial Porrúa.
- Kapuscinski, Ryszard (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México: Fondo de Cultura Económica/Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- López Hidalgo, Antonio (2009). *El Titular. Manual de titulación periodística*. México: Alfaomega.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso **Fundamentación legal en medios digitales**

Programa al que pertenece **Maestría en Periodismo Digital**

2. COMPETENCIA

Generar políticas legales relativas a la creación y uso espacios digitales con fines periodísticos.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos **Libertad de Expresión y Censura.**
Propiedad intelectual.
Privacidad.

Habilidades **Análisis de los procedimientos para la elaboración de políticas.**
Aplicación de las normas para proteger los intereses de la empresa.
Capacidad de proponer políticas de privacidad y uso de un sitio electrónico.

Actitudes **Crítica, reflexiva, propositiva.**

Valores **Seguridad informática.**
Respeto a las normas.
Comportamientos adecuados en el uso de la información.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Desarrollar proyectos institucionales o privados relacionados con la implementación y la regulación del uso de tecnologías de información y comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción **Manual de directivas legales de la empresa o proyecto.**

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2
Título	Los puntales legales de las empresas en medios digitales.	La planeación de la estrategia legal.
Contenido	Una breve introducción a la regulación de Internet. Libertad de Expresión y Censura. Propiedad intelectual. Privacidad.	Directivas legales empresariales, qué son y para qué sirven. La redacción del trabajo final.
Producto de la unidad	Un esquema de áreas legales que cubran las actividades de la empresa o proyecto.	Manual de directivas legales de la empresa o proyecto.
Básica	Boler, Megan, ed. <i>Digital Media and Democracy: Tactics in Hard Times</i> . Cambridge, Mass: MIT Press, 2008. Organisation for Economic Co-operation and Development., and Sacha Wunsch-Vincent. <i>News in the Internet age : new trends in news publishing</i> . Paris: OECD, 2010.	

ANEXO 4. MINUTAS DE REUNIONES PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS



Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Minuta

Programa de Nivelación en Periodismo		Sala de Video Conferencia	
Fecha	Horario	Fecha	Horario
01 de febrero de 2011	01	17:15 hrs.	19:30 hrs.
		Miércoles 23 de 2011	17:30 hrs.
<p>Se trabajó y discutió en la identificación de las principales problemáticas sociales que se observan en la población del periodo. Elaborando algunos aspectos generales que permitan incidir en el diseño del programa. Se acordó que para el diseño de la matriz curricular se trabajará bajo el siguiente orden:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Problemática. 2) Líneas de intervención 3) Perfil de egreso 4) Competencias generales 5) Competencias específicas 6) Unidad de aprendizaje 			
Programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo		Mé	Permanente
		Jacob Ramirez	08/03/2011
Se plantea la necesidad de realizar un seguimiento o estudio de pertinencia que complementa la información ya existente		Todos	Por confirmar



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO

4 de marzo de 2011
Sala de Videoconferencias
(Piso 5 del Edificio Administrativo)

Lista de Asistentes

Claudia Contreras Navarro

Carmen Coronado Galardo

Maria Elena Cruz Nunez

Jose Antonio Delgado Valdivia

Rector Claudio Fajna Cacha

Rosa Eugenia Garcia Gomez

Enka Loyo Benitez

Rosalva Orozco Murillo

Rosa Elena Richard Varela



17463

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARCOS
FACULTAD DE COMUNICACION Y MEDIOS
CARRERA DE PERIODISMO
CALLE DE LA UNIÓN 1010
CAYMA, CUSCO

MAQUETA 17463
INTERNOGRAMA 17463
CONTACTO: 051 975 324 322
WWW.USM.CU



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Identificación en Periodismo	Sala de Video Conferencias
25 de Marzo de 2011	17:00 hrs
42	Por confirmar
	18:30 hrs
	17:30 hrs

<p>Problemática y matriz de contenido para analizar conexas con la siguiente etapa de proceso del núcleo curricular del curso de formación.</p> <p>Se revisa la lista de problematizaciones y líneas estratégicas de estudio para avanzar con la identificación de las competencias genéricas.</p>	<p>Se trabaja en las líneas de intervención.</p> <p>Se acuerda realizar una matriz de contenido para analizar en la próxima sesión de trabajo cuáles le adecuante para continuar con la siguiente etapa de proceso del núcleo curricular del curso de formación.</p> <p>Se revisa la lista de problematizaciones y líneas estratégicas de estudio para avanzar con la identificación de las competencias genéricas.</p>	<p>Todas</p> <p>Todas las presentes</p>	<p>Programa reunión</p> <p>N/A</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------	------------------------------------



PROGRAMA DE NIVELACION EN PERIODISMO
Asistencia a segunda reunión
25 DE MARZO DE 2011
Guadalupe, Jalisco

María Elena Chan Núñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalba Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elena Richard Varela

Jade Ramirez

Héctor C. Farina Ojeda

Erika Loyo Beristain

Proyecto de Nivelación de Licenciatura en Periodismo

(Reuniones 4 y 25 de marzo de 2011)

Problemática identificada o descrita por expertos en el campo periodístico:

- Indefinición de las líneas editoriales en los medios
- Indefinición de las agendas noticiosas de los medios
- Falta de medios de calidad a nivel regional
- Mal periodismo regional: subordinado al poder político, sobreviven por recibir dinero gubernamental, no sobreviven por publicidad, se supeditan a dinero que el gobierno les facilita
- Falta de independencia del medio
- Falta de agencias informativas regionales
- Concentración de medios y falta de opciones informativas independientes
- Sociedad desinformada, o parcialmente informada
- Falta de posicionamiento de la información local en la agenda de medios nacionales
- Desconocimiento de las agenda ciudadanas por parte de los medios en general
- Desconocimiento de las problemáticas de los ciudadanos pequeños, aislamiento, falta de acceso a la agenda mediática por parte de los ciudadanos
- Falta de visión global y conexión de lo regional en lo global
- Descontextualización de la información, poca investigación y profundización en las causas de los problemas o asuntos que se informan
- No hay sentido de apropiación de la información por parte de la sociedad
- La gente no gestiona su información, quiere que se la entreguen digerida
- Exceso de información en Internet
- Pocos lectores en los medios impresos y en general de noticias en México
- Falta de participación ciudadana en asuntos democráticos
- Falta de iniciativas por parte de periodistas para generar sus propios medios
- Medios concentrados y preocupados más en lo comercial que en lo informativo o editorial
- Falta de medios públicos realmente independientes

LÍNEAS DE INTERVENCIÓN

Problemática	Línea de intervención
Falta de medios de calidad Falta de medios con responsabilidad social	Gestión de la calidad Definición de políticas Organización Administración Procurar Protección y seguridad del periodista
Centralismo en la información	Indagación y definición de agenda social

<p>Dependencia de los medios a los poderes político, económico, religioso</p> <p>Concentración de medios y falta de regulación</p> <p>La información no se presenta para ser apropiada por la gente</p> <p>Falta de cultura informativa en la población</p>	<p>Independencia,</p> <p>Emprendedurismo</p> <p>Creación de tercer sector</p> <p>Periodismo en línea</p> <p>Gestión de comunidades: ofrecimiento de productos con los que las comunidades se identifiquen</p> <p>Planteamiento de reglas para los medios, promoción de regulaciones</p> <p>Promoción de las propuestas del usuario.</p> <p>Promoción de la producción de contenidos del usuario por las propuestas locales/regionales</p> <p>Provocación: Capacidad de propuesta de los temas para provocar al usuario</p>
<p>Exceso de producción de información por diversos actores sin documentación, fundamentación</p>	<p>Formación de audiencias,</p> <p>Procesamiento, organización de la información producida por las audiencias</p>
<p>Necesidades diversificadas frente a la información por parte de distintos tipos de usuarios</p> <p>Falta de fundamentación, contrastación, investigación</p> <p>Falta de precaución en el reporteo</p>	<p>Gestión de servicios digitales de información personalizados</p> <p>Investigación: gestión de información</p>
<p>Necesidad de diversificación de los temas de interés público</p> <p>Necesidad de denuncia de problemas o situaciones que requieren observación, escrutinio, movilización a la acción</p> <p>Falta de información para la toma de decisión:</p> <p>Confusión ante cantidad de información</p> <p>Incertidumbre</p> <p>Desorientación</p>	<p>Producción retórica</p> <p>Narrar,</p> <p>Uso de manuales de estilo</p>



México

Universidad de Guadalajara

Sistema de Universidad Virtual

Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Nivelación en Periodismo 08 de Abril de 2011 63	MINUTA	Sala de Video Conferencias 17:15 hrs Por confirmar	09:30 hrs 17:00 hrs
-------------------------------------------------------------------	---------------	----------------------------------------------------------	------------------------

	Se trabajo en la revisión de las diversas minutas presentadas por los estudiantes a la reunión de trabajo con el fin de llegar a una minuta que refleje las preocupaciones y propuestas de todos.	Minuta	
	Se acordó unificar las diversas minutas en una sola que agrupe los puntos más significativos de todas ellas.	Todos los presentes	13 de mayo
1	Análisis de competencias e intereses de las minutas propuestas para la nivelación.	Todos	13 de mayo
	Se revisara a la Minuta Rosalva Orozco dentro de a próxima semana para evaluar los materiales de apoyo y materiales de especialización, pensando sobre todo en la minuta ya desarrollada y en la problematización analizada por todos durante las últimas reuniones de trabajo.	Todos	14 de abril



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a la 1ra. reunión
8 DE ABRIL DE 2011
Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Núñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalba Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

Jose Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elena Richard Varela

Jade Ramirez

Hector C. Farina Ojeda

Enka Loyo Beristáin

Proyecto de Nivelación Periodismo (matriz reunión 8 de abril)

Gamificaa	Investigar (Técnicas, métodos)	Contextualizar (Estado de la cuestión, estudios, fundamentación)	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar	Desarrollar aplicaciones tecnológicas
Mejoramiento de la producción noticiosa	Investigación de la producción noticiosa	Contextualización de la producción noticiosa	X	X	X	X	X
Mejoramiento y diversificación de los servicios a las audiencias	Investigación de las audiencias	Análisis de las audiencias (Macro)	X	X	X	X	X
Mejoramiento de la organización	Investigación de la organización	X	X	X	X	X	X

Pensar: ¿Que tipo de proyecto iba en cada bloque, qué producto se pediría en cada materia

Agregar materias de especialización y optativas de apoyo



Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Minuta

Programa de Innovación de Periodismo 13 de Mayo de 2011 64	Sala de Rectoría Casa de la Fiat 17:00 hrs 19:00 hrs 17:00 hrs	
<p>Orden del día</p> <p>Se acuerda entregar por la mañana según la Minuta con nombres más afinados de las familias o unidades de aprendizaje y en base a lo trabajado en el primer nivel.</p>	<p>Todos</p>	<p>Próxima reunión</p>
<p>1</p> <p>Análisis de la Minuta de Competencias por la Nivelación de Licenciatura en Periodismo</p> <p>Se acuerda entregar la propuesta de los proyectos que puedan ser resueltos para cada ámbito u objeto de intervención y profesores, agrupación o distinguiendo por día en la mañana final.</p> <p>Enviar a Mtra. Rosalva Orozco por correo electrónico a todos a nivel que tiene la agrupación de Bolinas, misma que servirá de guía en las actividades comentadas. La Mtra. Rosalva Orozco informará con buen fin la problemática planteada en reuniones pasadas ya se está "acomodando el estado de pertenencia para el nivelación".</p> <p>Se acuerda tener la próxima reunión el 27 de Mayo en a Sala de la Rectoría en la Casa de a Fiat.</p>	<p>Todos los presentes</p> <p>Todos</p>	<p>N/A</p> <p>Próxima reunión Miércoles 18 de Mayo 2011</p>
	<p>Todos</p>	<p>27 de Mayo 2011</p>



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a cuarta reunión
13 DE MAYO DE 2011
Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Núñez

[Handwritten signature]

Carmen Coronado Gallardo

[Handwritten signature]

Rosalva Orozco Murillo

[Handwritten signature]

Claudia A. Contreras Navarro

[Handwritten signature]

José Antonio Delgado Valdivia

[Handwritten signature]

Rosa Eugenio García Gómez

[Handwritten signature]

Rosa Elena Richard Varela

[Handwritten signature]

Lade Ramirez

[Handwritten signature]

Hector C. Farina Ojeda

[Handwritten signature]

Lorena Guevara

[Handwritten signature]



CENTRO DE FORMACIÓN
EN PERIODISMO DIGITAL

Av. de la Paz No. 2457
Col. Anadolí
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente
P. 44141

Nacional (5102)
Teléfono: 011-44222
1294444, 11342222
Ext: 1442, 1443

<http://www.centroperiodismodigital.org>
CALLE DE LA PAZ 2457, GUADALAJARA, JALISCO
C.P. 44141



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a Cuarta reunión
13 DE MAYO DE 2013
Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Nuñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalba Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdela

Rosa Eugenia García Gómez

Rosa Elena Richard Varela

Jade Ramirez

Hector C. Farina Ojeda

Lorena Guevara



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Nivelación en Periodismo		Sala de Reuniones Casa de la Paz	
13 de Mayo de 2011		17:00 hrs	18:30 hrs
M		27 de Mayo	17:00 hrs
Análisis de la Matriz de Competencias para la Inyección de Licenciatura en Periodismo	Se acuerda entregar para la próxima reunión la Matriz con nombres más afines de las materias o unidades de aprendizaje y en base a lo trabajado en la presente sesión	Todos	Próxima reunión
	Se acuerda entregar la propuesta de los proyectos que pueden ser requeridos para cada ámbito u objetivo de intervención profesional, agrupando o distinguiendo por actor en la matriz final	Todos los presentes	N/A
	Entrega la Matriz Rosalva Orozco por correo electrónico a todo a matuz que tiene la agrupación de colores, misma que servirá de guía en las actividades comentadas La Matriz Rosalva Orozco informó que con base en la problemática discutida en reuniones pasadas ya se está haciendo el estudio de permisos para la nivelación	Todos	Miércoles 18 de Mayo 2011
Se acuerda tener la próxima reunión el 27 de Mayo en la Sala de la Rectoría en la Casa de la Paz	Todos	27 de Mayo 2011	

Proyecto de Nivelación Periodismo (matriz reunión 8 de abril)

Generación	Investigar (Técnicas, métodos)	Contextualizar (Estado de la cuestión, estudios, fundamentación)	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar	Desarrollar aplicaciones tecnológicas
Ámbitos u Objetos							
Mejoramiento de la producción noticiosa	Investigación de la producción noticiosa	Contextualización de la producción noticiosa	X	X	X	X	X
Mejoramiento y diversificación de los servicios a las audiencias	Investigación de las audiencias	Análisis de las audiencias (Macro)	X	X	X	X	X
Mejoramiento de la organización	Investigación de la organización	X	X	X	X	X	X

Pensar: ¿Que tipo de proyecto iría en cada bloque, que producto se pediría en cada materia

Agregar materias de especialización y optativas de apoyo



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a la reunión
8 DE ABRIL DE 2011
Guadalajara, Jalisco

María Elena Chan Núñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalba Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

Jose Antonio Delgado Valdizola

Rosa Eugenio Garcia Gómez

Rosa Elena Richard Varela

Jade Ramirez

Hector L. Farina Ojeda

Erika Ivo Beristáin



Av. Toluca No. 2862
Col. Arce (México)
C. P. 44110, Jalisco
T. 464446

México (5252)
Número de contacto:
03339988 3147777
3147444 y 31474

<http://www.cfmpeperiodismodigital.org>
E-mail: cfmpe@cfmpe.org
Tel: www.edgortolosa.com.mx



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

<p>Programa de Nivelación en Periodismo 18 de Abril de 2011 63</p>	<p>Sala de Video Conferencias 17:15 hrs Por confirmar</p>	<p>19:30hrs 17:00 hrs</p>
<p>1</p>	<p>Se trabajó en la revisión de las diversas minutas presentadas por los asistentes a la reunión de trabajo, con el fin de llegar a una minuta que refleje de proporción y precisión los acuerdos de todos.</p> <p>Se acordó realizar los trabajos asignados en una sola que aglutine los cursos más importantes de estas áreas.</p> <p>Se trabajó en la nueva minuta de la que se redactaron las propuestas de materias o unidades de aprendizaje que se propone incluir en la curricula de programa educativo de Nivelación de L. Licenciatura en Periodismo y Artes del Escrito de competencias generales y particulares.</p> <p>Se envió a la UTM el Informe Único dentro de la semana siguiente a las propuestas de materias de apoyo y materias de especialización, pensando sobre todo en la minuta ya desarrollada y en la actualización actualizada por todos durante las últimas reuniones de trabajo.</p>	<p>VIA</p> <p>Todos los presentes</p> <p>Todos</p> <p>Todos</p> <p>13 de mayo</p> <p>13 de mayo</p> <p>14 de abril</p>

<p>Dependencia de los medios a los poderes político, económico, religioso .</p> <p>Concentración de medios y falta de regulación</p> <p>La información no se presenta para ser apropiada por la gente</p> <p>Falta de cultura informativa en la población</p>	<p>Independencia,</p> <p>Emprendedurismo</p> <p>Creación de tercer sector</p> <p>Periodismo en línea</p> <p>Gestión de comunidades: ofrecimiento de productos con los que las comunidades se identifiquen</p> <p>Planteamiento de reglas para los medios, promoción de regulaciones</p> <p>Promoción de las propuestas del usuario.</p> <p>Promoción de la producción de contenidos del usuario- por las propuestas locales/cercanas</p> <p>Provocación - Capacidad de propuesta de los temas para provocar al usuario</p>
<p>Exceso de producción de información por diversos autores sin documentación, fundamentación</p>	<p>Formación de audiencias,</p> <p>Procesamiento, organización de la información producida por las audiencias</p>
<p>Necesidades diversificadas frente a la información por parte de distintos tipos de usuarios</p>	<p>Gestión de servicios digitales de información personalizados</p>
<p>Falta de fundamentación, contrastación, investigación</p> <p>Falta de precisión en el reporte</p>	<p>Investigación: gestión de información</p>
<p>Necesidad de diversificación de los temas de interés público</p> <p>Necesidad de denuncia de problemas o situaciones que requieren observación, escrutinio, movilización a la acción</p> <p>Falta de información para la toma de decisiones</p> <p>Confusión ante cantidad de información</p> <p>Incertidumbre</p> <p>Desorientación</p>	<p>Producción noticiosa</p> <p>Platares,</p> <p>Uso de manuales de estilo</p>

Proyecto de Nivelación de Licenciatura en Periodismo

(Reuniones 4 y 25 de marzo de 2011)

Problemática identificada o descrita por expertos en el campo periodístico:

- Indefinición de las líneas editoriales en los medios
- Indefinición de las agendas noticiosas de los medios
- Falta de medios de calidad a nivel regional
- Mal periodismo regional- subordinado al poder político, sobreviven por recibir dinero gubernamental, no sobreviven por publicidad, se supeditan a dinero que el gobierno les facilita
- Falta de independencia del medio
- Falta de agencias informativas regionales
- Concentración de medios y falta de opciones informativas independientes
- Sociedad desinformada, o parcialmente informada
- Falta de posicionamiento de la información local en la agenda de medios nacionales
- Desconocimiento de las agendas ciudadanas por parte de los medios en general
- Desconocimiento de las problemáticas de las ciudades pequeñas, aislamiento, falta de acceso a la agenda mediática por parte de los ciudadanos
- Falta de visión global y conexión de lo regional en lo global
- Descontextualización de la información, poca investigación y profundización en las causas de los problemas o asuntos que se informan
- No hay sentido de apropiación de la información por parte de la sociedad
- La gente no gestiona su información, quiere que se la entreguen dependa
- Exceso de información en Internet
- Pocos lectores en los medios impresos y en general de noticias en México
- Falta de participación ciudadana en asuntos democráticos
- Falta de iniciativas por parte de periodistas para generar sus propios medios
- Medios concentrados y preocupados más en lo comercial que en lo informativo o editorial
- Falta de medios públicos realmente independientes

LÍNEAS DE INTERVENCIÓN

Problemática	Línea de Intervención
Falta de medios de calidad	Gestión de la calidad
Falta de medios con responsabilidad social	Definición de políticas
	Organización
	Administración
	<u>Procurar Protección y seguridad del periodista</u>
Centralismo en la información	Indagación y definición de agenda social



UNIVERSIDAD BUENOS AIRES



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a segunda reunión
25 DE MARZO DE 2011
Guadalupe, Jalisco

Maria Elena Chan Núñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalva Orozco Munillo

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elena Richard Varela

Jade Ramirez

Hector C. Farina Ojeda

Erika Luján Benstáin

[Handwritten signatures and marks on lines corresponding to the names on the left]



**CENTRO DE FORMACIÓN
EN PERIODISMO DIGITAL**

Av. de la Paz 165 2407
Cp. Alcazotlán
Teléfono: 4663
314 2141

Teléfono: 0133
extensión: 15233
CORREO: CFMD@UBA
EN: 0620 13476

<http://www.centroperiodismodigital.org/>
E-mail: centro@cfmd.org
Tel: 0620 13476



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

<p>Programa de Nivelación en Periodismo 23 de marzo de 2011 02</p>	<p>Sala de Video Conferencias (7:00 hrs) Por conferencia</p>	<p>Horario: 19:20 hrs 7:00 hrs</p>
<p>Problemática y matriz de contenido para la Nivelación de Licenciatura en Periodismo</p>	<p>Se trabajará en las etapas de: presentación Se acordó realizar un trabajo de contenidos para analizar en la próxima sesión el tiempo que es la asignatura para continuar con la siguiente etapa del proceso de desarrollo del curso de nivelación Se revisó la tabla de actualizaciones y líneas estratégicas del curso para realizar con la identificación de las competencias generadas.</p>	<p>Asistencia: Todos Todas las presencias N/A</p>



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO

4 de marzo de 2011
Sala de Videoconferencias
(Rec. 5 del Edificio Administrativo)

Lista de Asistentes

Claudia Contreras Navarro

Carmen Leonor de Gallardo

Maria Elena Chan Nunez

Jose Antonio Derygado Vaidiva

Hector Augusto Ferras Ojeda

Rosa Eugenia Garcia Gómez

Erika Loyt Benstein

Rosalva Orozco Marillo

Rosa Elena Richard Varela



TEL: 594-623-1111

UNIVERSIDAD DE LA GUAYANA
CALLE 8 DE ABRIL #100
CAROLINA, GUAYANA FRANCESA

Avenida Petros 2453
Car. Am. 10401
Caracas, VENEZUELA
2107196

Número (594)
Internacional (523)
DE 9988 319122
+ 1 988

ANEXO 4. MINUTAS DE REUNIONES PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS



Universidad de Guadalupe Sistema de Universidad Virtual Centro de Formación en Período Digital

<p>Programa de Nivelación en Período Digital del 20 de marzo de 2011</p>	<p>Eda de Video Conferencia 17:15 hrs. Marzo 20 de 2011</p>	<p>19:30hrs. 17:00 hrs.</p>
<p>Programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo</p>	<p>Se trabajó y discutió en la identificación de las principales problemáticas sociales que se observan en la población de periodo digital, definiendo algunos aspectos generales que puedan incidir en el diseño del programa. Se acordó que para el diseño de la matriz curricular se trabajara bajo el siguiente orden:</p>	<p>IAA</p>
<p>1) Problemática social. 2) Líneas de intervención. 3) Perfil de ingreso. 4) Competencias genéricas. 5) Competencias específicas. 6) Unidad de aprendizaje.</p>	<p>Jacks Ramirez analizará los tres diagnósticos nacionales que ya existen sobre el periodismo, los revisará todos los asistentes y elaborará una opinión sobre los mismos.</p>	<p>Jacks Ramirez</p>
<p>Se plantea la necesidad de realizar un diagnóstico o estudio de pertinencia que complemente la información ya existente.</p>	<p>Todos</p>	<p>Por confirmar</p>

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2
Título	Los puntales legales de las empresas en medios digitales.	La planeación de la estrategia legal.
Contenido	Una breve introducción a la regulación de Internet. Libertad de Expresión y Censura. Propiedad intelectual. Privacidad.	Directivas legales empresariales, qué son y para qué sirven. La redacción del trabajo final.
Producto de la unidad	Un esquema de áreas legales que cubran las actividades de la empresa o proyecto.	Manual de directivas legales de la empresa o proyecto.
Básica	Boler, Megan, ed. <i>Digital Media and Democracy: Tactics in Hard Times</i> . Cambridge, Mass: MIT Press, 2008. Organisation for Economic Co-operation and Development., and Sacha Wunsch-Vincent. <i>News in the Internet age : new trends in news publishing</i> . Paris: OECD, 2010.	

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso **Fundamentación legal en medios digitales**

Programa al que pertenece **Maestría en Periodismo Digital**

2. COMPETENCIA

Generar políticas legales relativas a la creación y uso espacios digitales con fines periodísticos.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos **Libertad de Expresión y Censura.**
Propiedad intelectual.
Privacidad.

Habilidades **Análisis de los procedimientos para la elaboración de políticas.**
Aplicación de las normas para proteger los intereses de la empresa.
Capacidad de proponer políticas de privacidad y uso de un sitio electrónico.

Actitudes **Crítica, reflexiva, propositiva.**

Valores **Seguridad informática.**
Respeto a las normas.
Comportamientos adecuados en el uso de la información.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Desarrollar proyectos institucionales o privados relacionados con la implementación y la regulación del uso de tecnologías de información y comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción **Manual de directivas legales de la empresa o proyecto.**

Complementaria

- Riva Palacio, Raymundo (1998). *Más allá de los límites. Ensayos para un nuevo periodismo*. México: Fundación Manuel Buendía y Universidad Iberoamericana
- Ruiz Abreu, Álvaro (2007). *Así Habla la Crónica*. Universidad Autónoma Metropolitana. Velásquez O. César Mauricio et. All., (2005).
- Velásquez O. César Mauricio et. All., (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Colombia: Universidad de la Sabana, Ecoe ediciones.
- Yanes, Rafael (2005). "La Crítica de Arte como Género Periodístico". En:
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n45/ryanes.html>
- Weston, Anthony (2005). *Las claves de la argumentación*. España: Editorial Ariel. (Partes del libro están disponibles en Google books
- Escalante, Beatriz (2007). *Curso de Redacción para escritores y periodistas*. México: Editorial Porrúa.
- Kapuscinski, Ryszard (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México: Fondo de Cultura Económica/Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- López Hidalgo, Antonio (2009). *El Titular. Manual de titulación periodística*. México: Alfaomega.

	imágenes		entrevista
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> • Notas, fotonotas y crónicas recreadas. • Selección de textos literarios de consulta 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra de literatura contemporánea de géneros breves cuya característica es el humor, la ironía, la sátira y lo sintético. • Twitter, la síntesis en 140 caracteres. • Notas del periódico <i>El Telegrama</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Serie de perfiles de personajes de diversos ámbitos. • Selección de textos literarios de consulta.
Producto de la unidad	Muestrario de notas, fotonotas y crónicas redactadas de forma creativa	Ejercicios de redacción periodística de corte breve	Cinco de documentación o entrevista

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Abril, Natividad (2003). *Información Interpretativa en Prensa*. España: Editorial Síntesis. (Crónica: pp. 89-110)
- Alvarado Lumbreras, Héctor (2010). "Criterios de calidad y periodismo" (pp. 27-41 y 163-170). En *El periódico de calidad. Estudio sobre un modelo de prensa de referencia internacional*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Grijelmo, Alex (2008). *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.
- Gomis, Lorenzo (2008). "Funciones y géneros del periodismo de comentario" p (167-205). En *Teoría de los géneros periodísticos*. España: Editorial UOC
- Peralta, Dante. A. J (2007). *La crónica periodística. Lectura crítica y redacción*. La Crujía Ediciones.
- Pérez, Alejandro (2001). *Historia del humor gráfico en México*. Editorial Milenio

Producción y difusión de contenidos.

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

Redactar de forma creativa textos periodísticos de diversos géneros.

Contar bien una historia de manera sintética.

Economizar medios sin que falte detalle y color al texto.

Escribir de manera libre sin que la nota pierda la información y la veracidad.

5 PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Una página editorial que integre notas, fotonotas, crónica y perfil; basada en información local, nacional, internacional, de temas políticos, sociales, culturales, científicos y deportivos; y que refleje el estilo personal creativo del periodista.
-------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6 RECORTE DE CONTENIDO (temáticas y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La creatividad en la narrativa periodística	Géneros literarios breves como herramienta para el soporte creativo	El perfil de un personaje y su configuración.	
Objetivo	Redactará notas en forma de relato. Escribirá fotonotas y crónicas de manera creativa a partir de	Redactará textos a partir de modelos literarios breves y contemporáneos.	Dará forma recreativa al perfil de un personaje, sea mediante documentación o	

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Redacción de Géneros periodísticos interpretativos
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Óscar Tagle
Asesor pedagógico	María Laura Toslado Malacón
Fecha de elaboración	Octubre 2012

2. COMPETENCIA

El estudiante desarrolla una escritura creativa aplicada a la redacción de notas periodísticas y utiliza herramientas para perfeccionar la síntesis y la agilidad mental a través de técnicas y recursos literarios.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Redacción recreativa de notas con carácter periodístico.• Escritura alterna al periodismo convencional.• Formatos y estilos.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Formas de escritura periodística.• Escribir de manera concisa y creativa para cualquier medio.• Adaptación del lenguaje en las nuevas tecnologías [portales, redes sociales].• Agudeza y sentido periodístico.• Escribir de forma alterna al periodismo convencional
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Enriquecimiento del lenguaje.• Propiciar un discurso original.• Ampliar las posibilidades personales en los géneros periodísticos.
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">• Ética periodística al desarrollar notas• Objetividad en el manejo de la información• Pluralidad en el tratamiento de fuentes.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCLAO A LA QUE APOYA

Bibliografía

Básica

Cea Esteruelas, María Nereida (2009): "Modelo de negocio de la empresa periodística en Internet: El caso de Prisa", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 938 a 950. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna.

Cebrián Herreros, Mariano (2010) (director), *Desarrollos del periodismo en Internet*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, España.

Edo, Concha (2002) *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet* (2002). Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España

Yus, Francisco (2010) *Ciberpragmática 2.0 Nuevos usos del lenguaje en Internet*, Ariel, España.

Rojo Villada, Pedro Antonio (2005) *Producción periodística y nuevas tecnologías*, Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España

Salaverría, Ramón (2003). "Convergencia de los medios", *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, marzo, número 081. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador, pp 32-39

Salaverría, Ramón (2005). *Redacción periodística en Internet*. Barcelona, España. EUNSA, Colección comunicación

Complementaria

Meso Ayerdi, Koldobika (2003). "Nueva profesión: el periodista digital", *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, marzo, número 081. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito Ecuador. Pp 4-11. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16008101>

Van Weezel, Aldo (2011), "Hacia dónde va la industria de periódicos", en Asociación Nacional de la Prensa, Chile. Disponible en http://www.anp.cl/estudios/112-estudios-anp-aldo-van-weezel?sms_ss=twitter&at_xt=4ddc27b7e3d5e3e8,0

Descripción Proyecto para el mejoramiento de los mecanismos de producción noticiosa que incluya: uso de tecnología para búsqueda y procesamiento de información, y planificación de las noticias en función de los recursos tecnológicos para llegar a las audiencias.

RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	La tecnología como factor de optimización en el periodismo	La tecnología y la planificación editorial	Nuevos medios y nuevos procesos de producción
Objetivo	Conocer los recursos tecnológicos que permitan optimizar el proceso de recolección de información.	Aprender a planificar las noticias en función de las necesidades de difusión.	Aprender a planificar nuevos medios, con mejores procesos de producción noticiosa.
Contenido	Recursos tecnológicos para búsqueda y producción de información.	La planificación editorial conforme a las necesidades de difusión tecnológica: audio, video, fotos, etc.	Planificación de un nuevo medio: propuesta para el mejoramiento de la rutina de producción noticiosa.
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico con las principales herramientas tecnológicas usadas por el periodista, sus usos y beneficios para la producción noticiosa.	Presentación de la planificación de una noticia, donde se establezcan qué recursos tecnológicos se utilizarán y la manera de difundir la noticia en medios digitales.	Proyecto de un nuevo medio de comunicación, con una descripción de los procesos que se usarán para producir contenidos periodísticos.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

Datos generales del curso

Nombre del curso **Proyecto 4: Mejoramiento de los procesos y espacios de producción informativa**

Programa al que pertenece **Licenciatura en Periodismo Digital**

Experto disciplinar **Mtro. Héctor Farina Ojeda**

Asesor pedagógico

Fecha de elaboración **24 de noviembre de 2011**

Competencia

El estudiante aprovecha los recursos tecnológicos con miras a optimizar el proceso de producción noticiosa, tanto en la recolección de información como en la selección de los recursos que se usarán para la producción de noticias.

Atributos de la competencia

Conocimientos Recursos tecnológicos, procesos de producción noticiosa, selección de herramientas digitales para recolección de información.

Habilidades Utilizar herramientas tecnológicas para buscar y procesar información, planificar las noticias en función de las necesidades del medio.

Actitudes Creatividad

Valores¹ Respeto a la promoción de un nuevo mundo de la información y la comunicación. Buscar la precisión y el rigor investigativo.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

Competencia del perfil de egreso con la que se vincula

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

	elección de técnicas y fuentes para la investigación.	producción y recolección de información.	investigación: redacción y producción en formato multimedia.	canales digitales para acceder a las audiencias.
Producto de la unidad	Proyecto de investigación periodística	Cuadro sinóptico con las principales actividades del diario de campo acompañado de alguna evidencia	Presentación del producto multimedia sobre el reportaje periodístico	El lanzamiento del reportaje por medio de diversos canales digitales

Bibliografía

Básica

Caminos Marcet, José (1997) *Periodismo de investigación. Teoría y Práctica*. Editorial Síntesis, España.

Faundes, Juan Jorge (2003) "Periodismo de Investigación en Sudamérica: obstáculos y propuestas". *Sala de Prensa N. 58*, agosto de 2003. Documento en línea disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art475.htm>

Fernández, Juan José (2008) *Prensa especializada actual*. McGraw Hill, Madrid, España.

Grijelmo, Alex (2008). "El título del reportaje" (pp. 480-493). En *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.

Gorriti, Gustavo (2010) "Periodismo de investigación y defensa personal". Documento en línea, disponible en <http://www.saladeprensa.org/art1029.htm>

Complementaria

Rojo Villada, Pedro Antonio (2005) *Producción periodística y nuevas tecnologías*, Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España.

Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo. Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación. Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.

Producto final del curso

Descripción	Reportaje de investigación periodística, presentado en formato multimedia, y que contenga además una planificación de difusión a través de los nuevos canales: Internet, redes sociales y otras plataformas digitales.
	Ensayo reflexivo, basado en un diario o cuaderno de notas, sobre el proceso de investigación: dificultades, ventajas y propuestas de mejora.

RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Partir de cero	Sumergirse en las aguas del proyecto	El proceso de reducción y apreciación de la información	Revelar el producto en el momento y lugar adecuado
Objetivo	Diseñar un proyecto de investigación periodística.	Producir y obtener información para un reportaje de investigación.	Redactar y producir un reportaje en formato multimedia.	Planificar mecanismos de difusión para plataformas en línea.
Contenido	Planificación, delimitación y	El trabajo de campo:	La construcción del reportaje de	La difusión: herramientas y

Dato general es del curso

Nombre del curso Proyecto 2 (Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información)

Programa al que pertenece Licenciatura en Periodismo Digital

Experto disciplinar Mtro. Héctor Farina Ojeda

Asesor pedagógico

Fecha de elaboración 24 de noviembre de 2011

Competencia

El estudiante comunica por medio de técnicas y los nuevos canales de información la información de interés general en el contexto de la sociedad de la información.

Atributos de la competencia

Conocimientos	Planificación del proyecto de investigación periodística, elaboración de instrumentos, aplicación de las técnicas necesarias para la recolección de información, creación de productos multimedia, aprovechamiento de los diversos canales de difusión.
Habilidades	Investigar información de interés, llegar a las fuentes propicias, de redacción e incorporación de los diferentes elementos multimedia.
Actitudes	Creatividad
Valores¹	Respeto a la promoción de un nuevo mundo de la información y la comunicación. Buscar la precisión y el rigor investigativo.

Competencia del perfil de egreso a la que se vincula

	<p>en línea disponible en http://www.saladeprensa.org/art1030.htm</p> <p>Reyes, Gerardo (2007). "Intersticios del periodismo de investigación". En Sala de Prensa, documento en línea: www.saladeprensa.org/art12.htm</p> <p>——— (2005). Periodismo de Investigación. México: Trillas; tercera reimpresión.</p> <p>Rodríguez, Pepe (1994). Periodismo de Investigación, técnicas y estrategias. España: Paidós.</p> <p>Saad, Anuar (2001). El reportaje. Documento en línea disponible en http://www.saladeprensa.org/</p> <p>Santoro, Daniel (2004). Técnicas de investigación. Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina. México: Fondo de Cultura Económica, colección Nuevo Periodismo</p>
Complementaria	<p>Quesada, Montserrat (1997). Periodismo de Investigación o el derecho a denunciar. Barcelona: Editorial Cims'97.</p> <p>Eloy Martínez, Tomás (1997) "Periodismo y narración", Conferencia ante la asamblea de la SIP el 26 de octubre de 1997, en Guadalajara, México. Documento en línea disponible en http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=2877</p> <p>Wolfe, Tom (1994). El nuevo periodismo. Barcelona: Anagrama.</p>

la unidad	investigación periodística.	las diferentes técnicas y las fuentes en las que se recomiendan.	ser consultadas para la realización de la investigación. Producto final: Diseño de un proyecto de investigación.
-----------	-----------------------------	------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica	<p>Abril, Natividad (sf). "El reportaje interpretativo" (pp. 65-88). En Información interpretativa en prensa. España: Síntesis.</p> <p>eriodismo de investigación. Teoría y Práctica. Editorial Síntesis, España</p> <p>Faundes, Juan Jorge (2003) "Periodismo de Investigación en Sudamérica: obstáculos y propuestas". Sala de Prensa N. 58., agosto de 2003. Documento en línea disponible en: http://www.saladeprensa.org/art475.htm</p> <p>Grijelmo, Alex (2008). "El título del reportaje" (pp. 480-493). En El estilo del periodista. México: Editorial Taurus.</p> <p>Gorriti, Gustavo (2010) "Periodismo de investigación y defensa personal". Documento en línea, disponible en HYPERLINK "http://www.saladeprensa.org/art1029.htm" http://www.saladeprensa.org/art1029.htm</p> <p>Klein, Darío (2001). "El pa el del periodismo de investigación en la sociedad democrática". En Razón y Palabra. N. 22, mayo – julio. Documento en línea: (HYPERLINK "http://www.razonypalabra.org.mx/antefiores/n22_dklein.html).</p> <p>Parratt, F. Sonia (2003). Introducción al reportaje: Antecedentes, actualidad y perspectivas. España: Universidad de Santiago de Compostela.</p> <p>Quesada, Montserrat (1987). El periodismo de investigación. El caso español. Barcelona: Editorial Ariel.</p> <p>Randall, David (2008). "Periodismo de investigación". En El periodista Universal. España: Editorial Siglo XXI</p> <p>Requejo Alemán, José Luis (2010) "¿Cómo se financia el periodismo de investigación en Estados Unidos?". Documento</p>
--------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Competencia del perfil de egreso con la que se vincula o apoya

Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Producto final del curso

Descripción Diseño del proyecto de investigación periodística que contenga:
Delimitación del tema, fuentes a consultar, estrategias y técnicas para obtener la información periodística, así la planificación de cómo difundir la investigación

6. RECORRE EL CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	El camino a recorrer entre la idea y la investigación	Las herramientas adecuadas para cada ocasión	Entre la planeación y la realidad
Objetivo	Aprender a planificar una investigación periodística	Conocer el uso y la aplicación de las técnicas periodísticas para la obtención de información.	Clasificar las fuentes del periodismo de investigación, así como establecer las formas de acceso. Producto final: Integrar el proyecto de investigación periodística.
Contenido	Planificación de una investigación periodística: temas de investigación, delimitación.	Las técnicas de investigación: entrevista, observación, rastreo de documentos, etc.	Las fuentes del periodismo de investigación: personales, documentales, gubernamentales, no gubernamentales, las fuentes off y on the record.
Producto de	Proyecto de	Cuadro sinóptico con	Mapa mental de fuentes a

Datos generales del curso

Nombre del curso	Diseño y técnicas para la Investigación periodística
Programa al que pertenece	Licenciatura en periodismo digital
Experto disciplinar	Mtro. Héctor Farina Ojeda
Asesor pedagógico	Ana Xochitl Castañeda Salcedo
Fecha de elaboración	24 de noviembre de 2011

Competencia

El estudiante diseña un proyecto de investigación, con sus respectivas técnicas y estrategias para obtener la información requerida para profundizar en la búsqueda de los temas que contribuyan a una sociedad mejor informada.

Atributos de la competencia

Conocimientos	Planificación de un tema de investigación periodística, elección de fuentes, técnicas de recolección de información y conocer las formas de acceso a la información.
Habilidades	Analizar la realidad de forma crítica pero veraz, indagar a profundidad, detectar temas de interés por su contenido y no por su capacidad de venta.
Actitudes	De apertura y respeto.
Valores ¹	Investigar los hechos. Respetar la propiedad intelectual. Buscar la veracidad de la información.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

ge&q=perspectiva%20comercial&f=false

Video. **Nuevas estrategias comerciales** <http://youtu.be/WqP2WGM7M2A>

Video. **Mesa redonda: ¿Fusiones o estrategias comerciales comunes?**
<http://youtu.be/p-poL1tluNQ>

Video. **Cosimo Chiesa: Claves para mejorar la estrategia comercial**
<http://youtu.be/sKLFcU4SN8>

Complem
entaria

De la Rica, Enrique (2000) *Marketing en Internet*. Edit. Esic Editorial, Madrid
<http://redgiga.com/documentacion/marketingeninternet.pdf>

Tellis, Gerard J., Redondo, Ignacio (2002) *Estrategias de publicidad y promoción*.
<http://148.201.96.14/dc/ver.aspx?ns=000166552>

Kotler Philip, Roberto Eduardo L. *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*
<http://bit.ly/rJuNZG>

Producto de la unidad	establecer vínculos Mapa conceptual o PowerPoint donde se presenten las metas y objetivos de las organizaciones, así como la lista de organizaciones e instituciones con las que sería pertinente (de acuerdo a las metas y objetivos) establecer convenios o vínculos.	Identificación y explicación de los diversos componentes que considerará para la propuesta de vinculación comercial	Propuesta de las estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa
-----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------

¹Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

B. BLOQUE FINAL

Básica

Prahalad C. K. *Estrategia en el siglo XXI (2010) Ediciones Deusto.*

http://books.google.es/books?id=jRhgEWiz1TOC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

SAINZ Jose Maria, De Vicuña (2006), *El plan de marketing en la práctica.*

Mattelart Armand, Multigner Gilles (2007) *La comunicación-mundo: historia de las ideas y de las estrategias.* Siglo XXI Editores

<http://books.google.com/books?id=agU-bMClGAQC&printsec=frontcover&hl#v=onepage&q&f=false>

Munuera Jose Luis, y otros. (2007) *Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección*

http://books.google.es/books?id=aj7wABSD7-MC&printsec=frontcover&dq=estrategias+de+marketing&hl=es&ei=PA_ZTt-iFdT1sQL71qTrDQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CDcQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false

Prahalad C. K. *La fortuna en la base de la pirámide: cómo crear una vida digna y aumentar ... (2005) dit. Granica*

http://books.google.es/books?id=MjnIAttdLJQC&pg=PA308&dq=perspectiva+comercial&hl=es&ei=tQ7ZTuCFLYX_sQLb-5GCDg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=10&ved=0CGAQ6AEwCQ#v=onepage

áreas administrativa y de producción editorial.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción El estudiante elabora y propone estrategias de vinculación comercial, de la producción informativa.

6. RESUMEN DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Por qué generar vínculos	Estrategias comerciales y de vinculación	Plan estratégico de vinculación y comercialización
Objetivo	Identificar las necesidades y metas de la organización, así como los actores y organizaciones para establecer vínculos estratégicos	Definirá las estrategias comerciales y de vinculación que desea establecer para su medio.	Elaborará un plan estratégico de comercialización y vinculación con organizaciones e instituciones de acuerdo con metas y perfil del medio
Contenido	La importancia de generar vínculos con actores y organizaciones externas Metas u objetivos de la empresa periodística Identificación de organizaciones e instituciones para	Medios estratégicos para la vinculación Estrategias de vinculación comercial Redes de trabajo e intercambio de información	Convenios estratégicos con organizaciones externas Relaciones públicas

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Vinculación comercial e interinstitucional
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Norma Lilia Cerda Martínez
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	2/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante será capaz de elaborar estrategias de vinculación y comercialización con organizaciones de medios, agencias de noticias y otras instituciones sociales para generar convenios y vínculos que le ayuden a consolidar el trabajo informativo.

3. ATRIBUCIONES DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Estrategias de vinculación comercial Relaciones públicas Redes de trabajo e intercambio de información
Habilidades	Espíritu crítico, capacidad analítica y habilidades de comunicación oral y escrita, instrumentar, elaborar y aplicar estrategias diversas
Actitudes	Reflexiva, de liderazgo, activa, sociable y original.
Valores ¹	Responsabilidad, ética periodística, compromiso social

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación y vinculación de una organización informativa con instituciones y organizaciones externas en las



Complementaria

Gedisa.

CONACULTA/SEP, Atlas de infraestructura cultural de México (2003).

Pierre Bourdieu, Razones Prácticas. (no tengo el año). Anagrama.

Victor Roura, Cultura, ética y prensa (2001). Croma, Paidós.

Diccionario crítico de política cultural e imaginario, Teixeira Coelho (2000). ITESO/CNCA.

El arte del mercado del arte, Miguel Peraza (2008), Miguel Porrúa.

Las industrias culturales y el desarrollo en México, Ernesto Piedras (2007).



Proyecto de Nivelación de Licenciatura en Periodismo (matriz 13 de mayo de 2011)

Genéricas	Investigar	Contextualizar	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar	Desarrollar aplicaciones tecnológicas
<p>1. Ampliación de los conocimientos de la producción noticiosa</p> <p>2. Investigación de las técnicas de producción periodística</p>	<p>Diseño y Técnicas de Investigación</p> <p>Contestualización de la producción periodística</p>	<p>Técnicas para la producción informativa I</p> <p>Técnicas para la producción informativa II</p>	<p>Coordinación y dirección editorial</p> <p>Innovación en la difusión informativa</p>	<p>Ética de periodismo</p> <p>Desarrollo del periodismo</p>	<p>Software para la producción y edición de información</p>		
<p>3. Mejoramiento y diversificación de los servicios a las audiencias</p>	<p>Análisis de la percepción de las audiencias</p> <p>Identificación de las necesidades de los subgrupos.</p>	<p>Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades di- audiencias (ciudadanos)</p>	<p>Evaluación de los servicios a la audiencia</p> <p>Análisis sobre tipos de audiencia</p>	<p>Gestión de audiencias y redes sociales</p>	<p>Mejora de los servicios informativos (para las audiencias)</p>		
<p>4. Mejoramiento de la organización</p>	<p>Problemática de los procesos organizacionales en los medios noticiosos</p> <p>Procesos organizacionales del medio.</p>	<p>Nuevas tecnologías para la producción de información</p>	<p>Políticas editoriales, organizacionales y comerciales</p> <p>Estrategias de mercado en los servicios informativos</p>	<p>Vinculación comercial e interacción al.</p>	<p>Herramientas tecnológicas para la producción informativa</p>		



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Educación en Periodismo		Bata de Fracción (Cens de la Paz)	
Fecha	Horario	Inicio	Termino
27 de Mayo de 2011	17:10 hrs.	18:20 hrs.	17:30 hrs.
04	Por definir		

<p>1</p> <p>Matriz de Competencias para la Nivelación de Licenciatura en Periodismo</p>	<p>Los competentes presentaron las matrices con nombres de materias que proponer a cada unidad de aprendizaje. Después se fueron dejando o poniendo en una nueva matriz los que parecen más acordes.</p>	<p>Próxima reunión</p>
<p>Se trabajó en producciones que se entregarían o trabajarían por cada materia o unidad de aprendizaje, y se plasmaron en la matriz. Se acordó terminar de trabajar en todos los producidos, para presentarlos en la próxima reunión.</p>	<p>Se acordó trabajar en las propuestas de producciones que se requerían por cada ámbito u objeto, pensando en que sea un proyecto que integre o agrupe todas las competencias de ese ámbito.</p> <p>La Mtra. Rosalva convocará vía correo a la próxima reunión.</p>	<p>Próxima reunión</p>
	<p>Todos</p>	<p>Próxima reunión</p>
	<p>Mtra. Rosalva Orozco</p>	<p>NA</p>

Figura 1 de 1



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo del 27 DE MAYO DE 2011
Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Nuñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalía Orozco Marillo

Claudia A. Contreras Navarro

Jose Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenia Garcia Gómez

Rosa Elena Richard Varela

Jade Ramirez

Héctor C. Fanna Ojeda

Ada Lorena Guevara Leon

Proyecto de Nivelación en Periodismo [matriz 27 de mayo de 2012]

Generar	Investigar	Contextualizar	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar	Desarrollar aplicaciones tecnológicas
Ampliar y Objetivos Mejoramiento de la producción editorial	Diseño y técnicas de investigación periodística	Contextualización de la investigación periodística	Producto informativo (Producto de investigación periodística)	Análisis de las funciones editoriales (Reporte o diagnóstico de las funciones editoriales)	Innovación en la difusión informativa (Estrategia de difusión de la investigación periodística)	Ética y deontología del periodismo (Reflexión sobre el quehacer periodístico)	Producción y edición de información
	(Proyecto de investigación periodística)	(Acreditación de la investigación periodística)	3	Evaluación de los servicios a las audiencias	Análisis sobre tipos de audiencias	5	Selección de los servicios informáticos para las audiencias
Mejoramiento y diferenciación de los servicios a las audiencias	Análisis de la percepción de las audiencias	2 Identificación de las necesidades de las audiencias	Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de audiencias	Políticas adicionales organizacionales y comerciales	Estrategias comerciales en los servicios informativos	Vinculación comercial e interinstitucional	Herramientas tecnológicas para la producción informativa
	Problematización de los procesos organizacionales en los medios noticiosos	Procesos organizacionales del medio	Nuevas tecnologías para la producción de la información				



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Nivelación en Periodismo	10 de junio de 2011	17, 17 Normal	1 de julio de 2011	19:30 hrs	19:30 hrs	17:00 hrs	17:00 hrs
Caja de Retención (Casa de la Púa)	17, 17 Normal		1 de julio de 2011	19:30 hrs	19:30 hrs	17:00 hrs	17:00 hrs
<p>Objetivo del curso:</p> <p>Se evaluarán las materias con las propuestas de productos para cada unidad de aprendizaje que presentarán los participantes. Después se acordó cual era el producto que se dejara como definitivo por cada curso de toda la maestría.</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Se trabajó en la identificación de materias o unidades de aprendizaje que podrían llevarse por cada semestre y se les asignó o diferenció por zonas para identificarlas mejor.</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Se acordó presentar propuestas del orden que tendrían las materias por semestre. La nivelación tendría una duración de 4 semestres o dos años, considerando el número de unidades de aprendizaje que ya han diseñado en la maestría.</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Se hizo un lista de las materias que podrían ser de especialización. Para definir si se designan con nombre genérico o tendrían un nombre específico. Se acordó el siguiente subtema en la siguiente reunión.</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>
<p>Matriz curricular de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>
<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>
<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>
<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>	<p>Temas a tratar:</p> <p>Todos</p>



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo del 10 DE JUNIO DE 2011
Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco.

María Elena Chan Núñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalia Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

Jose Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio Garcia Gómez

Rosa Elena Richart Varela

Jade Ramirez

Héctor C. Farina Ojeda

Ada Lorena Guevara León



Matriz Nivelación en Periodismo (10 de junio de 2011)

Generar Investigar	Contribuir	Producir	Organizar	Comunicar	Evaluación
<p>Ámbitos e Objetos: Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de información</p> <p>Objetos y Métodos: Investigación periodística (Proyecto de investigación periodística)</p>	<p>Contextualización de la investigación periodística (Antecedentes de la investigación periodística)</p>	<p>Producción y edición de informaciones (Producto de investigación periodística)</p>	<p>Análisis de las funciones editoriales (Reparto de diagnóstico de las funciones editoriales)</p>	<p>Investigación en la difusión informativa (Estrategia de difusión de la investigación periodística)</p>	<p>Ética y deontología del periodismo (Reflexión sobre el quehacer periodístico en el quehacer)</p>
<p>Mejoramiento y diversificación de los servicios Informativos para las audiencias (Especialidad en la construcción de la agenda informativa)</p>	<p>Análisis de la participación y necesidades de las audiencias (Diagnóstico de la percepción y necesidades de las audiencias)</p>	<p>Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias (Propuesta de innovación para la agenda noticiosa)</p>	<p>Evaluación de los servicios a las audiencias (Diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias)</p>	<p>Investigación en la difusión informativa (Estrategia de difusión de la investigación periodística)</p>	<p>Ética y deontología del periodismo (Reflexión sobre el quehacer periodístico en el quehacer)</p>
<p>Mejoramiento de la organización (Descripción y análisis de los procesos organizacionales en los medios noticiosos)</p>	<p>Problemática de los procesos organizacionales en los medios noticiosos (Descripción y análisis de los procesos organizacionales en los medios)</p>	<p>Optimización de los procesos y espacios de producción informativa (Propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de la producción informativa)</p>	<p>Análisis de las políticas editoriales, organizacionales, comerciales e institucionales del medio (Evaluación de las políticas del medio)</p>	<p>Investigación en la difusión informativa (Estrategia de difusión de la investigación periodística)</p>	<p>Ética y deontología del periodismo (Reflexión sobre el quehacer periodístico en el quehacer)</p>

Optativas de especialización: (alta
definitiva si se de aran abiertas o
tendrán nombre).

- 1) Producción de audio
- 2) Producción de vídeo
- 3) Periodismo en la Internet
- 4) Estrategias de comunicación corporativa.
- 5) Gestión y planes de mercado
- 6) Nuevas tecnologías y sociedad de la información

Optativas de apoyo

- 1) Teorías de los géneros periodísticos
- 2) Estilo y redacción periodística
- 3) Metodología
- 4) Sociología de la comunicación (teoría)
- 5) Legislación de medios



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Educación en Periodismo	Sala de Reunión (Casa de la Paz)
1 de julio de 2011	17:32 horas.
07	09 de agosto de 2011
	12:30 hrs.
	15:00 hrs.

Temas	Resumen	Fecha de cumplimiento
1	<p>Se trató en la organización de las unidades de aprendizaje por semestres quedando en los primeros tres semestres como materias más la unidad de aprendizaje que llama Proyecto o Mejoramiento de un ámbito específico de la organización editorial. En el último semestre quedaron cuatro materiales.</p> <p>Se dijo estar muy bien los productos de los cuatro cursos de proyecto o mejoramiento de la organización.</p> <p>Se dijo a que es una nivelación que se antoja en el análisis, evaluación y mejoramiento de los distintos ámbitos de la organización y los procesos editoriales se acordó que los alumnos tengan la opción de tomar cuatro cursos optativos siendo obligatorios solo 2 de ellos. También se acordó que esos cursos tengan nombres genéricos como "Curso de apoyo".</p> <p>Se acordó presentar en la siguiente reunión el perfil de ingreso y de egreso y los objetivos del programa de nivelación.</p> <p>Resolución en el siguiente link: http://bit.ly/4v1aaz4</p>	<p>NA</p> <p>NA</p> <p>NA</p> <p>9 de agosto de 2011</p>



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo del 1 DE JULIO DE 2013
Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Núñez

Larmer Coronado Gallardo

Rosalía Orozco Murillo

Claudia C. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elena Richart Varela

Jade Ramirez

Hector C. Farina Ojeda

Ada Lorena Guevara León



Proyecto: Nivelación de Licenciatura en Periodismo (Matrícula de julio de 2011)

Competencias genéricas	Investigar	Contextualizar	Producir	Comunicar	Gestionar	Ámbitos u objetivos
1 semestre	<p>Diseño y técnicas para la investigación periodística</p> <p>Proyecto de investigación periodística I</p>	<p>Contaminación de la investigación periodística</p> <p>(Antecedentes de la investigación periodística)</p>	<p>Producción multimedia</p> <p>(Producto periodístico en formato multimedia)</p>	<p>Análisis de los modelos y nuevos paradigmas de la comunicación</p> <p>Estado de la cuestión sobre nuevos modelos y canales comunicativos</p>	<p>Ética y deontología del periodismo</p> <p>(Cuestiones sobre las responsabilidades sociales del periodista periodístico)</p>	<p>Proyectos</p> <p>Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información</p> <p>1. El periodismo en la sociedad de la información</p> <p>2. El periodista en la sociedad de la información</p> <p>3. Ética y deontología del periodismo</p> <p>4. Responsabilidades sociales del periodista periodístico</p>
2 semestre	<p>Análisis de la percepción y necesidades de las audiencias</p> <p>(Diagnóstico de la percepción y necesidades de las audiencias)</p>	<p>Evaluación de los servicios a las audiencias</p> <p>(Diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias)</p> <p>Defensor del lector y extratejas de seguimiento de los temas de la agenda ciudadana</p>	<p>Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias</p> <p>(Estrategia de innovación para la agenda noticiosa)</p>	<p>Escritura y comunicación para nuevos medios y audiencias</p> <p>(Producto informativo escrito para nuevos medios y audiencias)</p>	<p>Gestión y administración de audiencias y usuarios</p> <p>(Reporte de la implementación de estrategias de gestión y administración de audiencias y usuarios)</p>	<p>Mejoramiento y diversificación de los servicios</p> <p>Información para las audiencias</p> <p>(Participación en la construcción de la agenda informativa)</p>

3 semestre	Análisis de las funciones y políticas editoriales	Fundamentación legal de los medios en México	Diagnóstico de las formas de producción informativa en un medio.	Innovación en la difusión informativa (Estrategias para mejorar la difusión de productos periodísticos).	Análisis de las funciones y políticas administrativas del medio	Mejoramiento de la organización
	(Reporte o diagnóstico de las funciones editoriales)	(Análisis contextual del marco legal y constitutivo de un medio)	2. Propuesta para mejorar las formas de producción de un medio.	(Evaluación de las políticas de medio)		
4 semestre	Problemática de los procesos administrativos y editoriales en los medios nacionales	Problemática de los procesos administrativos y editoriales en los medios nacionales	Optimización de los procesos y etapas de producción informativa	Visibilización comercial e institucional	Mejoramiento de la organización	
	(Descripción y análisis de los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio)		(Propuesta para el mejoramiento de los procesos y etapas de la producción informativa)	(Propuesta de estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa)		

Se acordó que sean 4 miembros "optativos abiertos" que tengan los nombres genéricos "Curso de apoyo I", "Curso de apoyo II" y "Curso de apoyo III".

"Curso de apoyo IV".



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Normalización en Periodismo	Sala de Reacción (Casa de la Paz)
9 de agosto de 2011	18:20 hrs.
00	18:20 hrs.

	<p>La Mtra. Rosalía Orozco presentó los objetivos del programa y los perfiles de ingreso y egreso. Sobre ellos se trabajó y se determinó los que se integrarán al proyecto de nivel-azar que se presentará para su revisión.</p>	Todos	NA
Objetivos, perfiles de ingreso y egreso; y campos de aplicación profesional	<p>Se trabajó en el objetivo general del programa y en el perfil de ingreso e ingreso.</p> <p>Se trabajó en los campos de aplicación profesional de programa educativo, que abarcan los siguientes: Campo de la producción y comunicación periodísticas; Campo de los servicios informativos a la sociedad; Campo editorial y administrativo; Campo periodístico.</p> <p>Se acordó que la Mtra. Rosalía Orozco iniciará la fundamentación del proyecto, pues ya tiene algo avanzado e integrará los resultados del estudio de Pariménia mismo que se presentará a los expertos para su conocimiento en una reunión que se programó solo para ello.</p> <p>Se revisó la realización de la curricula y se pidió el apoyo de expertos para el diseño de los programas académicos. La Mtra. Carmen Coronado impartirá un taller de diseño curricular para</p>	Todos	NA



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

<p>Quitar el día</p>	<p>ayudar a quienes no sepan como se desarrolla este proceso. Se dio por terminado el proceso de diseño curricular de la Nivelación en Periodismo.</p>		
----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo del 9 DE AGOSTO DE 2011
Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco.

Maria Elena Chan Nuñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalía Orozco Munillo

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elena Richart Varela

Jade Ramirez

Hector C. Farina Oyeda

Ada Lorena Guevara Leon

Nivelación de Licenciatura en Periodismo

Objetivo general

La Nivelación de Licenciatura en Periodismo es un programa en línea que busca certificar, acreditar y nivelar la experiencia y formación de los periodistas y comunicadores que no cuenten con estudios superiores en periodismo o que no tengan el título o grado en ese campo profesional.

Objetivos particulares

1. Desarrollar capacidades y habilidades para la planeación, producción y difusión de productos periodísticos de calidad utilizando las Tecnologías de la Comunicación y la Información.
2. Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.
3. Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos, estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y áreas de producción y comunicación de información en organizaciones de medios de los ámbitos público y privado.
4. Ampliar las capacidades para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando aplicaciones, tecnologías y herramientas de la información y la comunicación.
5. Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

Perfil de egreso

Al cursar el programa de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo los egresados tendrán el siguiente perfil:

- Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo
- Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación
- Habilidad para planear y generar productos informativos en ambientes virtuales a través del uso de herramientas, tecnologías, aplicaciones y plataformas digitales
- Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación
- Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos
- Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial
- Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación
- Actitud de liderazgo para gestionar, emprender, organizar, administrar y coordinar su propia empresa informativa

- Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística.
- Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano los valores periodísticos de la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.

Campos o áreas de desempeño profesional

- **Campo de la producción y comunicación periodísticas.** En la generación de productos informativos de calidad y desarrollando e implementando estrategias para la mejora y la digitalización de procesos de producción y difusión de información en organizaciones de medios públicos y privados.
- **Campo de los servicios informativos a la sociedad.** Evaluando y diagnosticando procesos y servicios de difusión de información para la sociedad. Generando proyectos para mejorar y satisfacer las necesidades de comunicación de las audiencias y usuarios de productos y servicios informativos de un medio de comunicación.
- **Campo o área editorial y administrativa de la organización editorial.** Evaluando e implementando estrategias para la mejora y optimización de

los procesos y espacios editoriales, administrativos y comerciales de las empresas informativas

- **Campo particular.** Generando gestionando y administrando su propio medio informativo

Perfil de ingreso

El aspirante a ingresar a la nivelación deberá contar con los siguientes conocimientos, capacidades y habilidades:

- Experiencia profesional en el campo del periodismo y la comunicación comprobable de por lo menos cinco años
- Capacidad para analizar fenómenos y problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información
- Habilidad para el trabajo colaborativo y en red
- Capacidad para innovar, producir conocimientos y alcanzar metas y resultados en el campo del periodismo y la comunicación
- Actitud de servicio y compromiso social para mejorar el entorno a través de un trabajo profesional y ético
- Poseer certificado de preparatoria. La Junta Académica decidirá sobre casos particulares.
- Acreditar un promedio general mínimo de 80 con certificación original o documento que sea equiparable de los estudios precedentes, según sea el caso.
- Poseer conocimientos básicos en sistemas de información y comunicación.
- Presentar currículo vitae
- Acreditar la competencia de lecto-comprensión del idioma Inglés
- Asistir a entrevista con miembros de la junta académica
- Carta de exposición de motivos para cursar el programa

Proyecto de Nivelación en Periodismo (9 de agosto de 2011)

Competencias genéricas	Investigar	Contextualizar	Producir	Comunicar	Gestionar	Ámbitos u objetos / Proyectos
1 semestre	Diseño y técnicas para la investigación periodística (Proyecto de investigación periodística)	Contextualización de la investigación periodística (Antecedentes de la investigación periodística)	Producción multimedia (Producto periodístico en formato multimedia)	Análisis de los modelos y nuevos paradigmas de la comunicación (Estado de la cuestión sobre nuevos modelos y canales comunicativos)	Ética y deontología del periodismo (Reflexión sobre las responsabilidades sociales del quehacer periodístico)	Mejoramiento de la producción editorial en la sociedad de la información (1. Un producto o pieza de investigación periodística en formato multimedia 2. Diario o bitácora reflexiva del proceso de investigación)
2 semestre	Análisis de la percepción y necesidades de las audiencias (Diagnóstico de la percepción y necesidades de las audiencias)	Evaluación de los servicios a las audiencias (Diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias) Depositor del lector y estrategias de seguimiento de los temas de la agenda ciudadana	Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias (Propuesta de innovación para la agenda noticiosa)	Escritura y comunicación para nuevos medios y audiencias (Producto informativo escrito para nuevos medios y audiencias)	Gestión y administración de audiencias y usuarios (Reporte de la implementación de estrategias de gestión y administración de audiencias o usuarios)	Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias (Paralelidad en la construcción de la agenda informativa)

3 semestre	<p>Análisis de las funciones y políticas editoriales</p> <p>(Reporte o diagnóstico de las funciones editoriales)</p>	<p>Fundamentación legal de los medios en México</p> <p>(Análisis contextual del marco legal y constitutivo de un medio)</p>	<p>Diagnóstico de las formas de producción informativa</p> <p>{Propuesta para mejorar las formas de producción de un medio}</p>	<p>Incorporación en la difusión informativa</p> <p>(Estrategias para mejorar la difusión de productos periodísticos)</p>	<p>Análisis de las funciones y políticas administrativas del medio</p> <p>(Evaluación de las políticas del medio)</p>	<p>Mejoramiento de la organización</p>
4 semestre	<p>Problemática de los procesos administrativos y editoriales en los medios multimedios</p> <p>(Análisis y análisis de los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio)</p>	<p>Optimización de los procesos de producción informativa</p> <p>(Propuesta para el mejoramiento de los procesos y servicios de la producción informativa)</p>	<p>Vinculación con el medio institucional</p> <p>(Propuesta de estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa)</p>	<p>Mejoramiento de la organización</p>		

ANEXO 5. CONVENIOS DE COLABORACIÓN Y CARTAS DE APOYO

CONVENIO DE COLABORACIÓN QUE CELEBRAN POR UNA PARTE EL CENTRO INTERNACIONAL PARA PERIODISTAS, UBICADO EN WASHINGTON, D.C., ESTADOS UNIDOS, DENOMINADO EN LO SUCESIVO COMO "ICFJ", REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL SR. PATRICK BUTLER, Y POR OTRA PARTE, LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA, DENOMINADA EN LO SUCESIVO COMO "LA UNIVERSIDAD", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO, RECTOR GENERAL SUSTITUTO Y EL LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS, SECRETARIO GENERAL; AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

Declara ICFJ

- I. Que es una persona moral no gubernamental sin fines de lucro constituida conforme a las leyes del Distrito de Columbia, Estados Unidos
- II. Que su representante acredita su personalidad con autoridad para realizar este tipo de contratos, facultades que a la fecha no le han sido limitadas, modificadas o restringidas en sentido alguno.
- III. Que tiene como finalidad, de acuerdo a su objeto social, iniciar, promover, fomentar, estimular, patrocinarse o directamente realizar, administrar y dirigir toda clase de programas de periodismo y de cualquiera otra clase sin restricción alguna.
- IV. Que señala como domicilio legal, el inmueble ubicado en 1016 H Street, Tercer Piso, Washington, D.C. 20006, Estados Unidos.
- V. Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sr. Patrick Butler, vicepresidente de programas del ICFJ.

Declara LA UNIVERSIDAD

- I. Que es un Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propios de conformidad con lo dispuesto por el artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo Local, el día 15 de Enero de 1994, en ejecución del decreto número 18,319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II. Que como lo señalan las fracciones II y III del artículo 5 de la Ley Orgánica de la Universidad, son fines de esta Casa de Estudios, organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; rescatar, conservar, acrecentar y difundir la cultura
- III. Que es atribución de la Universidad de Guadalajara, conforme a la fracción III, realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstas en el artículo 3º de la Constitución Federal.

- IV. Que el Rector General es la máxima autoridad ejecutiva de la Universidad, representante legal de la misma, de conformidad con el artículo 32 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- V. Que el Secretario General es el responsable de certificar los actos y hechos en los términos del artículo 40 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- VI. Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sistema de Universidad Virtual por conducto de su titular.
- VII. Que señala como domicilio legal, el inmueble ubicado en la Avenida Juárez número 975, C.P. 44170 en Guadalupe, Jalisco.

CLÁUSULAS

PRIMERA.- OBJETO.- El objeto general del presente convenio es que las partes colaboren a efecto de realizar actividades tendientes a la formación de una nueva generación de periodistas en América Latina y periodistas hispanos en Estados Unidos, basándose para tal efecto en los medios digitales.

De manera particular, las partes buscarán alcanzar, entre otras, los siguientes objetivos específicos:

- Mejorar la calidad de la información que presentan los periodistas y facilitar a los periodistas profesionales y periodistas ciudadanos, la comprensión de la tecnología existente.
- Que en la medida de lo posible las actividades académicas que se organicen contengan créditos académicos de la institución que los evalúe.

SEGUNDA.- SEMINARIOS, CURSOS Y DIPLOMADOS.- Las partes acuerdan que una de las principales actividades que implementarán para el cumplimiento del objeto del presente será la realización de seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, en las que se incluirán temas sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación aplicada al periodismo.

Al respecto quedó establecido que los académicos que se encargarán de la impartición de los seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, podrán ser de cualquiera de las partes o externos a las mismas, según lo consideren convenientes.

TERCERA.- SEDE DE LOS TRABAJOS.- Acuerdan las partes que todas las actividades relacionadas con el presente, serán organizadas por las mismas desde la sede que para tal efecto establezcan en las oficinas que señale la Universidad de Guadalupe.

CUARTA.- OBLIGACIONES A CARGO DE LA UNIVERSIDAD.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio LA UNIVERSIDAD se compromete a:

- a) Aportar los recursos económicos necesarios para ofrecer cursos de capacitación profesional para periodistas hispanohablantes. Dichos recursos podrán provenir directamente de la universidad o podrán ser aportados por terceros.

- b) Facilitar dentro de sus instalaciones, los espacios que servirán como oficinas y espacios de reunión de la sede señalada en la cláusula segunda
- c) Facilitar el uso de las computadoras, softwares y teléfonos que requiera el personal que trabajará en la sede.
- d) Facilitar una plataforma de enseñanza online para los cursos del Centro de Periodismo Digital que se impartan a través de su Sistema de Universidad Virtual, así como la capacitación que en su caso se requiera
- e) Designar a la persona que fungirá como coordinador, administrador del sitio diseñador (webmaster) y asistente administrativo de la sede. Al respecto queda establecido que dichas personas se sujetarán a lo siguiente:
 - o Realizarán las actividades que para tal efecto se acuerden entre LA UNIVERSIDAD y el ICFJ, y las cuales tendrán como propósito cumplir con el objeto del presente convenio.
 - o Deberán cubrir con las cargas honorarias que para tal efecto les asigne LA UNIVERSIDAD.
 - o Acatarán en el desarrollo de sus actividades, las indicaciones proporcionadas por la persona que designa el ICFJ para fungir como Director de la sede.

QUINTA.- OBLIGACIONES A CARGO DEL ICFJ.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio el ICFJ se compromete a:

- a) Aportar el apoyo y esponsoramiento necesarios para continuar la formación profesional de periodistas hispanohablantes.
- b) Recomendar a la persona que fungirá como director del Centro de Periodismo Digital.
- c) Apoyar a LA UNIVERSIDAD en la procuración de fondos para continuar con el programa, como se plantea en el presupuesto adjunto.

SEXTA.- VIGENCIA.- Las partes convienen que el presente convenio iniciará su vigencia a partir de su firma y concluirá el 31 de diciembre de 2014, pudiendo las partes prorrogarlo previo acuerdo por escrito que para tal efecto se celebre.

SEPTIMA.- CONVENIOS ESPECÍFICOS.- Las partes acuerdan que cualquier actividad específica que se derive de este convenio, será formalizada a través del convenio específico de colaboración correspondiente, el cual una vez signedo por sus representantes institucionales tendrá plena validez y se considerará anexo del presente instrumento.

Los convenios específicos describirán, con toda precisión y según corresponda, las actividades a desarrollar, la responsabilidad de cada una de las partes, el presupuesto para cada actividad, definición de fuentes de financiamiento, personal involucrado, instalaciones y equipo a utilizar, calendario de trabajo, así como todo lo necesario para determinar con exactitud los fines y alcances de cada uno de dichos convenios que serán los instrumentos operativos del presente convenio

OCTAVA.- PROPIEDAD INTELECTUAL.- Las partes convienen en regular en el convenio específico correspondiente, lo relativo a la propiedad de los derechos de autor, de los materiales que elaboren como resultado de las actividades conjuntas que desarrollen, así como lo correspondiente a los derechos de propiedad industrial que pudieren llegar a derivarse de los trabajos de investigación.

No obstante a lo anterior, queda establecido que los materiales y productos desarrollados previamente por cada una de las partes, tales como los materiales de los cursos, videos, audios, fotos, ilustraciones, presentaciones, apuntes, y cualquier otro producto que sea facilitado por su titular, para la realización de las actividades derivadas del presente, continuará siendo propiedad de la parte que lo facilitó.

NOVENA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA.- Las partes acuerdan que cualquiera de ellas podrá dar por terminado anticipadamente el presente convenio, previa notificación por escrito que para tal efecto dé a la otra parte con el menor cinco días y previa la celebración del finiquito correspondiente.

DÉCIMA.- CESIÓN DE DERECHOS.- Ninguna de las partes podrá ceder o transferir parcial o totalmente los derechos y las obligaciones derivadas del presente instrumento, sin el previo consentimiento por escrito de la otra, siendo responsable la parte que incumpla, de los daños y perjuicios que cause.

DÉCIMA PRIMERA.- INDEPENDENCIA DE LAS PARTES.- Nada de lo previsto en este convenio ni de las acciones que se deriven de su suscripción, podrá considerarse o interpretarse para constituir o considerar a las partes y al personal de las mismas que colabore en la ejecución de este convenio como socios, agentes, representantes o empleados uno del otro, y ninguna de las disposiciones de este convenio será interpretada para forzar a la otra parte a asumir cualquier obligación o a actuar o pretender actuar como representantes de la otra.

DÉCIMA SEGUNDA.- RELACIÓN LABORAL.- Ambas partes reconocen que la relación legal entre ellas es la de dos partes independientes que celebran un convenio, tal y como se señala en este instrumento, por lo tanto queda expresamente convenido que a ninguna de las partes se le otorga el derecho o la autoridad para asumir o crear obligación o responsabilidad expresa o tácita, a nombre y cuenta de la otra para obligarla de forma alguna.

Asimismo, queda estipulado que en caso de que alguna de las partes contrate persona alguna para el desempeño de cualquier actividad relacionada con el convenio en cuestión será bajo su propia responsabilidad, y asumiendo el carácter de patrón para todos los efectos legales correspondientes, designando a la otra parte de cualquier conflicto que se suscite.

DÉCIMA TERCERA.- MODIFICACIÓN.- El presente convenio, podrá ser modificado previo acuerdo por escrito entre las partes y durante la vigencia del mismo, apoyándose a la normatividad aplicable, y a través de los instrumentos jurídicos correspondientes, obligándose las partes a las nuevas estipulaciones, a partir de la fecha de su firma.

DÉCIMA CUARTA.- CASO FORTUITO.- Las partes estarán exentas de toda responsabilidad, en caso de retraso, mora, o incumplimiento total o parcial de las obligaciones establecidas en el presente convenio, debido a causas de fuerza mayor o caso fortuito, entendiéndose por esto a todo acontecimiento futuro, ya sea fenómeno de la naturaleza o no, que sea fuera del dominio de la voluntad, que no pueda prevenirse o que aún previniéndose, no pueda evitarse, acordándose que al desaparecer éstas, las partes determinarán la conveniencia de continuar con el presente convenio o darlo por concluido. En caso de continuar, las partes deberán acordar las nuevas condiciones para su desarrollo.

DÉCIMA QUINTA.- REJUDICIA CLÁUSULA.- Si alguna de las disposiciones contenidas en el presente convenio, llegara a declararse nula por alguna autoridad, tal situación no afectará la validez y exigibilidad del resto de las disposiciones establecidas en este convenio.

DÉCIMA SEXTA.- AVISOS O NOTIFICACIONES.- Para todos los efectos a que haya lugar a notificaciones o avisos derivados del presente convenio, estos se efectuarán por escrito en los domicilios que se han señalado en las declaraciones o en el domicilio que en su momento se notifique por escrito a la otra parte.

DÉCIMA SÉPTIMA.- USO DE TÍTULOS EN LAS CLÁUSULAS.- Los títulos o encabezados utilizados en las cláusulas, inicio o apartados de este convenio se utilizarán únicamente para facilitar la lectura de sus disposiciones y en nada afectan, restringen, limitan o amplían el alcance legal o contenido jurídico de las respectivas cláusulas.

DÉCIMA OCTAVA.- JURISDICCIÓN.- Para la interpretación, cumplimiento, controversia o cualquier cuestión derivada de este convenio, las partes convienen en someterse a las leyes aplicables del Estado de Jalisco y/o de la República Mexicana y a los Tribunales competentes de la ciudad de Guadalajara, Jalisco, renunciando desde este momento a cualquier otro que les pudiera corresponder en razón de su domicilio presente o futuro.

Las partes enteradas del contenido y alcance del presente convenio, manifiestan que en el mismo no existe mala fe, dolo o error y lo firman por triplicado en compañía de los testigos, en la ciudad de Washington, D.C., el día 23 de junio de 2009.

LA UNIVERSIDAD


DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GARRADO
RECTOR GENERAL-SUBSTITUTO

LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS
SECRETARIO GENERAL

ICFJ


PATRICK BUTLER
VICEPRESIDENTE DE PROGRAMAS


SHARON MOEBANI
DIRECTORA EJECUTIVA DE NUEVOS PROYECTOS

TESTIGOS


BRUNO TORRES TORRES CÁMERA
RECTOR DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

CONVENIO ESPECÍFICO DE COLABORACIÓN QUE CELEBRAN POR UNA PARTE EL CENTRO INTERNACIONAL PARA PERIODISTAS, UBICADO EN WASHINGTON, D.C., ESTADOS UNIDOS, DENOMINADO EN LO SUCESIVO COMO "ICFJ", REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL SR. PATRICK BUTLER, Y POR OTRA PARTE, LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA, DENOMINADA EN LO SUCESIVO COMO "LA UNIVERSIDAD", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO, RECTOR GENERAL SUSTITUTO Y EL LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS, SECRETARIO GENERAL, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

Declara ICFJ

- I.** Que es una persona moral no gubernamental sin fines de lucro constituida conforme a las leyes del Distrito de Columbia, Estados Unidos.
- II.** Que su representante acredita su personalidad con autoridad para realizar este tipo de contratos, facultades que a la fecha no le han sido limitadas, modificadas o restringidas en sentido alguno.
- III.** Que tiene como finalidad, de acuerdo a su objeto social, iniciar, promover, fomentar, estimular, patrocinar o directamente realizar, administrar y dirigir toda clase de programas de periodismo y de cualquier otra clase sin restricción alguna.
- IV.** Que señala como domicilio legal, el inmueble ubicado en 1616 H Street, Tercer Piso, Washington, D.C. 20006, Estados Unidos.
- V.** Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sr. Patrick Butler, vicepresidente de programas del ICFJ.

Declara LA UNIVERSIDAD

- I.** Que es un Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propios de conformidad con lo dispuesto por el artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo Local, el día 15 de Enero de 1994, en ejecución del decreto número 15,319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II.** Que como lo señalan las fracciones II y III del artículo 6 de la Ley Orgánica de la Universidad, son fines de esta Casa de Estudios, organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; rescatar, conservar, acrecentar y difundir la cultura.
- III.** Que es atribución de la Universidad de Guadalajara, conforme a la fracción III, realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3º de la Constitución Federal.

- IV. Que el Rector General es la máxima autoridad ejecutiva de la Universidad, representante legal de la misma, de conformidad con el artículo 32 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- V. Que el Secretario General es el responsable de certificar los actos y hechos en los términos del artículo 40 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- VI. Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sistema de Universidad Virtual por conducto de su titular.
- VII. Que señala como domicilio legal, el inmueble ubicado en la Avenida Juárez número 975, C.P. 44170 en Guadalajara, Jalisco.

CLÁUSULAS

PRIMERA.- OBJETO.- El objeto general del presente convenio es que las partes colaboren a efecto de realizar actividades tendientes a la formación de una nueva generación de periodistas en América Latina y periodistas hispanos en Estados Unidos, basándose para tal efecto en los medios digitales.

De manera particular, las partes buscarán alcanzar, entre otros, los siguientes objetivos específicos:

- Mejorar la calidad de la información que presentan los periodistas y facilitar a los periodistas profesionales y periodistas ciudadanos, la comprensión de la tecnología existente.
- Que en la medida de lo posible las actividades académicas que se organicen contengan créditos académicos de la institución que los evalúe.

SEGUNDA.- SEMINARIOS, CURSOS Y DIPLOMADOS.- Las partes acuerdan que una de las principales actividades que implementarán para el cumplimiento del objeto del presente será la realización de seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, en las que se incluirán temas sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas al periodismo.

Al respecto queda establecido que los académicos que se encargarán de la impartición de los seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, podrán ser de cualquiera de las partes o externos a las mismas, según lo consideren conveniente.

TERCERA.- BEDE DE LOS TRABAJOS.- Acuerdan las partes que todas las actividades relacionadas con el presente, serán organizadas por las internas desde la sede que para tal efecto establezcan en las oficinas que señale la Universidad de Guadalajara.

CUARTA.- OBLIGACIONES A CARGO DE LA UNIVERSIDAD.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio LA UNIVERSIDAD se compromete a:

- a) Cumplir con las obligaciones estipuladas en el convenio general, brindar los recursos correspondientes para cubrir el salario del personal y los costos de servicios generales, lo cual ascenderá a la suma aproximada de \$54,000 dólares americanos para el año 2010.

- b) Gastos de viáticos para los participantes y ponentes de cinco cursos, aproximadamente \$50,000 dólares americanos

QUINTA.- OBLIGACIONES A CARGO DEL ICFJ.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio el ICFJ se compromete a:

Cubrir el salario y representación para el director del Centro, lo cual se traduce en \$150,000 dólares americanos al año. Este sueldo que el ICFJ continúa siendo patrocinado por la Fundación Knight.

SEXTA.- VIGENCIA.- Las partes convienen que el presente convenio iniciará su vigencia a partir del 1 de enero de 2010 y concluirá el 31 de diciembre de 2010.

SEPTIMA.- PROPIEDAD INTELECTUAL.- Las partes convienen en regular en el convenio específico correspondiente, lo relativo a la propiedad de los derechos de autor, de los materiales que elaboran como resultado de las actividades conjuntas que desarrollan, así como lo correspondiente a los derechos de propiedad industrial que pudieran surgir a defenderse de los trabajos de investigación.

No obstante a lo anterior, queda establecido que los materiales y productos desarrollados previamente por cada una de las partes, tales como los materiales de los cursos, videos, audios, folios, ilustraciones, presentaciones, apuntes, y cualquier otro producto que sea facilitado por su titular, para la realización de las actividades derivadas del presente, continuarán siendo propiedad de la parte que lo facilitó.

OCTAVA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA.- Las partes acuerdan que cualquiera de ellas podrá dar por terminado anticipadamente el presente convenio, previa notificación por escrito que para tal efecto dé a la otra parte con el menor cinco días y previa la celebración del finiquito correspondiente.

NOVENA.- CESIÓN DE DERECHOS.- Ninguna de las partes podrá ceder o transferir parcial o totalmente los derechos y las obligaciones derivadas del presente instrumento, sin el previo consentimiento por escrito de la otra, siendo responsable la parte que incumpla, de los daños y perjuicios que cause.

DÉCIMA.- INDEPENDENCIA DE LAS PARTES.- Nada de lo previsto en este convenio ni de las acciones que se deriven de su suscripción, podrá considerarse o interpretarse para constituir o considerarse a las partes y al personal de las mismas que colabore en la ejecución de este convenio como socios, agentes, representantes o empleados uno del otro, y ninguna de las disposiciones de este convenio será interpretada para forzar a la otra parte a asumir cualquier obligación o a actuar o pretender actuar como representante de la otra.

LA UNIVERSIDAD


DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO
RECTOR GENERAL INSTITUTO

LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS
SECRETARIO GENERAL


PATRICK BUTLER
VICEPRESIDENTE DE PROGRAMAS


EMARION BOSNARI
DIRECTORA EJECUTIVA DE NUEVOS PROYECTOS

TESTIGOS


INTRO. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO
RECTOR DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

El presente es para manifestar que este centro universitario apoyará al Sistema de Universidad Virtual con los expertos, asesores y personal académico que sea requerido para garantizar que la planta académica del programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo opere de forma óptima y bajo los estándares de calidad y profesionalismo que demanda la Universidad de Guadalajara.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente
"Piensa y Trabaja"

Cd. Guzmán, Municipio de Zapotlán el Grande, Jalisco, 13 de Junio del 2012

Dr. Adolfo Esquivel de los Monteros
Rector



Handwritten marks and illegible text in the top left margin.

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Oficio No. 238/290512/RECT
Asunto: el que se indica

MTR. MANUEL MORENO CASTAÑEDA
RECTOR DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL
DE LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
PRESENTE

El presente es para manifestar que este Centro Universitario apoyará al Sistema de Universidad Virtual con los expertos, asesores y personal académico que sea requerido para garantizar que la planta académica del programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo opere de forma óptima y bajo los estándares de calidad y profesionalismo que demanda la Universidad de Guadalajara.

Sin otro particular por el momento, me despido de Usted reiterándole las seguridades de mi consideración y respeto.

ATENTAMENTE
"PIENSA Y DESARROLLO"
Ocotlán, Jalisco, a 20 de Mayo de 2012.

DE RAÚL MORENO CASTAÑEDA
RECTOR

C.C.P. Archivo
RMO/MS



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Oficio No. 338/290512/RECT
Asunto: el que se indica

MTR. MANUEL MORENO CASTAÑEDA
RECTOR DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL
DE LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
PRESENTE

El presente es para manifestar que este Centro Universitario apoyará al Sistema de Universidad Virtual con los expertos, asesores y personal académico que sea requerido para garantizar que la planta académica del programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo opere de forma óptima y bajo los estándares de calidad y profesionalismo que demanda la Universidad de Guadalajara.

Sin otro particular por el momento, me despido de Usted reiterándole las seguridades de mi consideración y respeto.

ATENTAMENTE
"PIENSA Y REACCIONA"
Ocotlán, Jalisco, a 20 de Mayo de 2012.

DR. RAÚL HERRERA GONZÁLEZ
RECTOR

C.C.P. Archivo
RHC/0001



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA


El presente es para manifestar que este centro universitario apoyará al Sistema de Universidad Virtual con los expertos, asesores y personal académico que sea requerido para garantizar que la planta académica del programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo opere de forma óptima y bajo los estándares de calidad y profesionalismo que demanda la Universidad de Guadalajara.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente
"Piensa y Trabaja"

Cd. Guzmán, Municipio de Zapotlán el Grande, Jalisco, 13 de Junio del 2012


Dr. Adolfo Espinosa de los Monteros Cervantes
Rector


REGISTRADO



LA UNIVERSIDAD


DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO
RECTOR GENERAL SUSTITUTO

LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS
SECRETARIO GENERAL


PATRICK BUTLER
VICEPRESIDENTE DE PROGRAMAS


SHARON MORAN
DIRECTORA EJECUTIVA DE NUEVOS PROYECTOS

TESTIGOS


DR. MARIO MORENO CASTAÑEDA
RECTOR DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

- b) Gastos de viáticos para los participantes y ponentes de cinco cursos, aproximadamente \$60,000 dólares americanos.

QUINTA.- OBLIGACIONES A CARGO DEL ICFJ.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio el ICFJ se compromete a:

Cubrir el salario y representación para el director del Centro, lo cual se traduce en \$150,000 dólares americanos al año. Este sueldo que el ICFJ continúa siendo patrocinado por la Fundación Krings.

SEXTA.- VIGENCIA.- Las partes convienen que el presente convenio iniciará su vigencia a partir del 1 de enero de 2010 y concluirá el 31 de diciembre de 2010.

SÉPTIMA.- PROPIEDAD INTELECTUAL.- Las partes convienen en regular en el convenio específico correspondiente, lo relativo a la propiedad de los derechos de autor, de los materiales que elaboren como resultado de las actividades conjuntas que desarrollen, así como lo correspondiente a los derechos de propiedad industrial que pudieran surgir a derivarse de los trabajos de investigación.

No obstante a lo anterior, queda establecido que los materiales y productos desarrollados previamente por cada una de las partes, tales como los materiales de los cursos, videos, audios, fotos, ilustraciones, presentaciones, apuntes, y cualquier otro producto que sea facilitado por su titular, para la realización de las actividades derivadas del presente, continuará siendo propiedad de la parte que lo facilitó.

OCTAVA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA.- Las partes acuerdan que cualquiera de ellas podrá dar por terminado anticipadamente el presente convenio, previa notificación por escrito que para tal efecto dé a la otra parte con el menos cinco días y previa la celebración del finiquito correspondiente.

NOVENA.- CESIÓN DE DERECHOS.- Ninguna de las partes podrá ceder o transferir parcial o totalmente los derechos y las obligaciones derivadas del presente instrumento, sin el previo consentimiento por escrito de la otra, siendo responsable la parte que incumpla, de los daños y perjuicios que cause.

DÉCIMA.- INDEPENDENCIA DE LAS PARTES.- Nada de lo previsto en este convenio ni de las acciones que se deriven de su suscripción, podrá considerarse o interpretarse para constituir o considerar a las partes y al personal de las mismas que colabore en la ejecución de este convenio como socios, agentes, representantes o empleados uno del otro, y ninguna de las disposiciones de este convenio será interpretada para forzar a la otra parte a asumir cualquier obligación o a actuar o pretender actuar como representante de la otra.

- IV. Que el Rector General es la máxima autoridad ejecutiva de la Universidad, representante legal de la misma, de conformidad con el artículo 32 de la Ley Orgánica de la Universidad
- V. Que el Secretario General es el responsable de certificar los actos y hechos en los términos del artículo 40 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- VI. Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sistema de Universidad Virtual por conducto de su titular
- VII. Que señale como domicilio legal, el inmueble ubicado en la Avenida Juárez número 975, C.P. 44170 en Guadalajara, Jalisco.

CLÁUSULAS

PRIMERA.- OBJETO.- El objeto general del presente convenio es que las partes colaboren a efecto de realizar actividades tendientes a la formación de una nueva generación de periodistas en América Latina y periodistas hispanos en Estados Unidos, basándose para tal efecto en los medios digitales.

De manera particular, las partes buscarán alcanzar, entre otros, los siguientes objetivos específicos:

- Mejorar la calidad de la información que presentan los periodistas y facilitar a los periodistas profesionales y periodistas ciudadanos, la comprensión de la tecnología existente.
- Que en la medida de lo posible las actividades académicas que se organicen contengan créditos académicos de la Institución que los avale.

SEGUNDA.- SEMINARIOS, CURSOS Y DIPLOMADOS.- Las partes acuerdan que una de las principales actividades que implementarán para el cumplimiento del objeto del presente será la realización de seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, en las que se incluirán temas sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas al periodismo.

Al respecto queda establecido que los académicos que se encargarán de la impartición de los seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, podrán ser de cualquiera de las partes o externos a las mismas, según lo consideren conveniente.

TERCERA.- SEDE DE LOS TRABAJOS.- Acuerdan las partes que todas las actividades relacionadas con el presente, serán organizadas por las mismas desde la sede que para tal efecto establezcan en las oficinas que señale la Universidad de Guadalajara.

CUARTA.- OBLIGACIONES A CARGO DE LA UNIVERSIDAD.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio LA UNIVERSIDAD se compromete a:

- a) Cumplir con las obligaciones atribuidas en el convenio general, brindar los recursos correspondientes para cubrir el salario del personal y los costos de servicios generales, lo cual ascenderá a la suma aproximada de \$54,000 dólares americanos para el año 2010.

CONVENIO ESPECÍFICO DE COLABORACIÓN QUE CELEBRAN POR UNA PARTE EL CENTRO INTERNACIONAL PARA PERIODISTAS, UBICADO EN WASHINGTON, D.C., ESTADOS UNIDOS, DENOMINADO EN LO SUCESIVO COMO "ICFJ", REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL SR. PATRICK BUTLER, Y POR OTRA PARTE, LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA, DENOMINADA EN LO SUCESIVO COMO "LA UNIVERSIDAD", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO, RECTOR GENERAL SUSTITUTO Y EL LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS, SECRETARIO GENERAL; AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

Declara ICFJ

- I. Que es una persona moral no gubernamental sin fines de lucro constituida conforme a las leyes del Distrito de Columbia, Estados Unidos.
- II. Que su representante acredita su personalidad con autoridad para realizar este tipo de contratos, facultades que a la fecha no le han sido limitadas, modificadas o restringidas en sentido alguno.
- III. Que tiene como finalidad, de acuerdo a su objeto social, iniciar, promover, fomentar, estimular, patrocinar o directamente realizar, administrar y dirigir toda clase de programas de periodismo y de cualquiera otra clase sin restricción alguna.
- IV. Que señala como domicilio legal, el inmueble ubicado en 1616 H Street, Tercer Piso, Washington, D.C. 20006, Estados Unidos.
- V. Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sr. Patrick Butler, vicepresidente de programas del ICFJ.

Declara LA UNIVERSIDAD

- I. Que es un Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propios de conformidad con lo dispuesto por el artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el ejecutivo Local, el día 15 de Enero de 1994, en ejecución del decreto número 15,319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II. Que como lo señalan las fracciones II y III del artículo 5 de la Ley Orgánica de la Universidad, son fines de esta Casa de Estudios, organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; rescatar, conservar, acrecentar y difundir la cultura.
- III. Que es atribución de la Universidad de Guadalajara, conforme a la fracción III, realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3º de la Constitución Federal.

DÉCIMA QUINTA.- NULIDAD CLÁUSULA.- Si alguna de las disposiciones contenidas en el presente convenio, llegara a declararse nula por alguna autoridad, tal situación no afectará la validez y vigencia del resto de las disposiciones establecidas en este convenio.

DÉCIMA SEXTA.- AVISOS O NOTIFICACIONES.- Para todos los efectos a que haya lugar a notificaciones o avisos derivados del presente convenio, estos se efectuarán por escrito en los domicilios que se han señalado en las declaraciones o en el domicilio que en su momento se notifique por escrito a la otra parte.

DÉCIMA SÉPTIMA.- USO DE TÍTULOS EN LAS CLÁUSULAS.- Los títulos o encabezados utilizados en las cláusulas, inicio o apartados de este convenio se utilizarán únicamente para facilitar la lectura de sus disposiciones y en nada afectan, restringen, limitan o amplían el alcance legal o contenido jurídico de las respectivas cláusulas.

DÉCIMA OCTAVA.- JURISDICCIÓN.- Para la interpretación, cumplimiento, controversia o cualquier cuestión derivada de este convenio, las partes convienen en someterse a las leyes aplicables del Estado de Jalisco y/o de la República Mexicana y a los Tribunales competentes de la ciudad de Guadalajara, Jalisco, renunciando desde este momento a cualquier otro que les pudiera corresponder en razón de su domicilio presente o futuro.

Las partes enteradas del contenido y alcance del presente convenio, manifiestan que en el mismo no existe más fe, dolo o error y lo firman por triplicado en compañía de los testigos, en la ciudad de Washington, D.C., el día 23 de junio de 2008.

LA UNIVERSIDAD


DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO
RECTOR GENERAL, INSTITUTO

LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS
SECRETARIO GENERAL

ICFJ


PATRICK BUTLER
VICEPRESIDENTE DE PROGRAMAS


SHARON BOEHMAN
DIRECTORA EJECUTIVA DE NUEVOS PROYECTOS

TESTIGOS


BRUNO ENRIQUE GÓMEZ CASTAÑEDA
RECTOR DEL INSTITUTO DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

No obstante a lo anterior, queda establecido que los materiales y productos desarrollados previamente por cada una de las partes, tales como los materiales de los cursos, videos, audios, fotos, ilustraciones, presentaciones, apuntes, y cualquier otro producto que sea facilitado por su titular, para la realización de las actividades derivadas del presente, continuará siendo propiedad de la parte que lo facilitó.

NOVENA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA.- Las partes acuerdan que cualquiera de ellas podrá dar por terminado anticipadamente el presente convenio, previa notificación por escrito que para tal efecto dé a la otra parte con al menos cinco días y previa la celebración del finiquito correspondiente.

DÉCIMA.- CESIÓN DE DERECHOS.- Ninguna de las partes podrá ceder o transferir parcial o totalmente los derechos y las obligaciones derivadas del presente instrumento, sin el previo consentimiento por escrito de la otra, siendo responsable la parte que incumpla, de los daños y perjuicios que cause.

DÉCIMA PRIMERA.- INDEPENDENCIA DE LAS PARTES.- Nada de lo previsto en este convenio ni de las acciones que se deriven de su suscripción, podrá considerarse o interpretarse para constituir o considerarse a las partes y el personal de las mismas que colabore en la ejecución de este convenio como socios, agentes, representantes o empleados uno del otro, y ninguna de las disposiciones de este convenio será interpretada para forzar a la otra parte a asumir cualquier obligación o a actuar o pretender actuar como representante de la otra.

DÉCIMA SEGUNDA.- RELACIÓN LABORAL.- Ambas partes reconocen que la relación legal entre ellas es la de dos partes independientes que celebran un convenio, tal y como se señala en este instrumento, por lo tanto queda expresamente convenido que a ninguna de las partes se le otorga el derecho o la autoridad para asumir o crear obligación o responsabilidad expresa o tácita, a nombre y cuenta de la otra parte obligando de forma alguna.

Asimismo, queda estipulado que en caso de que alguna de las partes contrate persona alguna para el desempeño de cualquier actividad relacionada con el convenio en cuestión, será bajo su propia responsabilidad, y asumiendo el carácter de patron para todos los efectos legales correspondientes, desligando a la otra parte de cualquier conflicto que se suscite.

DÉCIMA TERCERA.- MODIFICACIÓN.- El presente convenio, podrá ser modificado previo acuerdo por escrito entre las partes y durante la vigencia del mismo, espandose a la normatividad aplicable, y a través de los instrumentos jurídicos correspondientes, obligándose las partes a las nuevas estipulaciones, a partir de la fecha de su firma.

DÉCIMA CUARTA.- CASO FORTUNTO.- Las partes estarán exentas de toda responsabilidad, en caso de retraso, mora, o incumplimiento total o parcial de las obligaciones establecidas en el presente convenio, debido a causas de fuerza mayor o caso fortuito, entendiéndose por esto a todo acontecimiento futuro, ya sea fenómeno de la naturaleza o no, que esté fuera del dominio de la voluntad, que no pueda prevenirse o que aún previniéndose, no pueda evitarse, acordándose que si desaparecer éstas, las partes determinarán la conveniencia de continuar con el presente convenio o darlo por concluido. En caso de continuar, las partes deberán acordar las nuevas condiciones para su desarrollo.

- b) Facilitar dentro de sus instalaciones, los espacios que servirán como oficinas y espacios de reunión de la sede señalada en la cláusula segunda.
- c) Facilitar el uso de las computadoras, software y teléfonos que requiera el personal que trabajará en la sede.
- d) Facilitar una plataforma de enseñanza online para los cursos del Centro de Periodismo Digital que se impartan a través de su Sistema de Universidad Virtual, así como la capacitación que en su caso se requiera.
- e) Designar a la persona que fungirá como coordinador, administrador del sitio/ diseñador (webmaster) y asistente administrativo de la sede. Al respecto queda establecido que dichas personas se sujetarán a lo siguiente:
 - o Realizarán las actividades que para tal efecto se acuerden entre LA UNIVERSIDAD y el ICFJ, y las cuales tendrán como propósito cumplir con el objeto del presente convenio.
 - o Deberán cubrir con las cargas horarias que para tal efecto les asigne LA UNIVERSIDAD.
 - o Acatarán en el desarrollo de sus actividades, las indicaciones proporcionadas por la persona que designe el ICFJ para fungir como Director de la sede.

QUINTA.- OBLIGACIONES A CARGO DEL ICFJ.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio el ICFJ se compromete a:

- a) Aportar el apoyo y asesoramiento necesarios para continuar la formación profesional de periodistas hispanohablantes.
- b) Recomendar a la persona que fungirá como director del Centro de Periodismo Digital.
- c) Apoyar a LA UNIVERSIDAD en la procuración de fondos para continuar con el programa, como se plantea en el presupuesto adjunto.

SEXTA.- VIGENCIA.- Las partes convienen que el presente convenio iniciará su vigencia a partir de su firma y concluirá el 31 de diciembre de 2014, pudiendo las partes prorrogarlo previo acuerdo por escrito que para tal efecto se celebre.

SÉPTIMA.- CONVENIOS ESPECÍFICOS.- Las partes acuerdan que cualquier actividad específica que se derive de este convenio, será formalizada a través del convenio específico de colaboración correspondiente, el cual una vez signado por sus representantes institucionales tendrá plena validez y se considerará anexo del presente instrumento.

Los convenios específicos describirán, con toda precisión y según corresponda, las actividades a desarrollar, la responsabilidad de cada una de las partes, el presupuesto para cada actividad, definición de fuentes de financiamiento, personal involucrado, instalaciones y equipo a utilizar, calendario de trabajo, así como todo lo necesario para determinar con exactitud los fines y alcances de cada uno de dichos convenios que serán los instrumentos operativos del presente convenio.

OCTAVA.- PROPIEDAD INTELECTUAL.- Las partes convienen en regular en el convenio específico correspondiente, lo relativo a la propiedad de los derechos de autor, de los materiales que elaboran como resultado de las actividades conjuntas que desarrollen, así como lo correspondiente a los derechos de propiedad intelectual que pudieran llegar a derivarse de los trabajos de investigación.

- IV. Que el Rector General es la máxima autoridad ejecutiva de la Universidad, representante legal de la misma, de conformidad con el artículo 32 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- V. Que el Secretario General es el responsable de certificar los actos y hechos en los términos del artículo 40 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- VI. Que designe como responsable para la ejecución de este convenio al Sistema de Universidad Virtual por conducto de su Rector.
- VII. Que señale como domicilio legal, el inmueble ubicado en la Avenida Juárez número 975, C.P. 44170 en Guadalajara, Jalisco.

CLÁUSULAS

PRIMERA.- OBJETO.- El objeto general del presente convenio es que las partes colaboren a efecto de realizar actividades tendientes a la formación de una nueva generación de periodistas en América Latina y periodistas hispanos en Estados Unidos, basándose para tal efecto en los medios digitales.

De manera particular, las partes buscarán alcanzar, entre otros, los siguientes objetivos específicos:

- Mejorar la calidad de la información que presentan los periodistas y facilitar a los periodistas profesionales y periodistas ciudadanos, la comprensión de la tecnología existente.
- Que en la medida de lo posible las actividades académicas que se organicen contengan créditos académicos de la institución que los emite.

SEGUNDA.- SEMINARIOS, CURSOS Y DIPLOMADOS.- Las partes acuerdan que una de las principales actividades que implementarán para el cumplimiento del objeto del presente será la realización de seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, en las que se incluirán temas sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas al periodismo.

Al respecto queda establecido que los académicos que se encargarán de la impartición de los seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, podrán ser de cualquiera de las partes o ambas e las mismas, según lo consideren convenientes.

TERCERA.- SEDE DE LOS TRABAJOS.- Acuerdan las partes que todas las actividades relacionadas con el presente, serán organizadas por las mismas desde la sede que para tal efecto establezcan en las oficinas que señale la Universidad de Guadalajara.

CUARTA.- OBLIGACIONES A CARGO DE LA UNIVERSIDAD.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio LA UNIVERSIDAD se compromete a:

- a) Aportar los recursos económicos necesarios para ofrecer cursos de capacitación profesional para periodistas hispanohablantes. Dichos recursos podrán provenir directamente de la universidad o podrán ser aportados por terceros.

ANEXO 5. CONVENIOS DE COLABORACIÓN Y CARTAS DE APOYO

CONVENIO DE COLABORACIÓN QUE CELEBRAN POR UNA PARTE EL CENTRO INTERNACIONAL PARA PERIODISTAS, UBICADO EN WASHINGTON, D.C., ESTADOS UNIDOS, DENOMINADO EN LO SUCESIVO COMO "ICFJ", REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL SR. PATRICK BUTLER, Y POR OTRA PARTE, LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA, DENOMINADA EN LO SUCESIVO COMO "LA UNIVERSIDAD", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO, RECTOR GENERAL SUBSTITUTO Y EL LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS, SECRETARIO GENERAL; AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

Declara ICFJ

- I. Que es una persona moral no gubernamental sin fines de lucro constituida conforme a las leyes del Distrito de Columbia, Estados Unidos
- II. Que su representante acredita su personalidad con autoridad para realizar este tipo de contratos, facultades que a la fecha no le han sido limitadas, modificadas o restringidas en sentido alguno.
- III. Que tiene como finalidad, de acuerdo a su objeto social, iniciar, promover, fomentar, estimular, patrocinar o directamente realizar, administrar y dirigir todo clase de programas de periodismo y de cualquiera otra clase sin restricción alguna
- IV. Que señala como domicilio legal, el inmueble ubicado en 1616 H Street, Tercer Piso, Washington, D.C. 20006, Estados Unidos.
- V. Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sr. Patrick Butler, vicepresidente de programas del ICFJ.

Declara LA UNIVERSIDAD

- I. Que es un Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propios de conformidad con lo dispuesto por el artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo Local, el día 16 de Enero de 1994, en ejecución del decreto número 15,319 del H. Congreso del Estado de Jalisco
- II. Que como lo señalan las fracciones II y III del artículo 5 de la Ley Orgánica de la Universidad, son fines de esta Casa de Estudios, organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística, rescatar, conservar, actualizar y difundir la cultura
- III. Que es atribución de la Universidad de Guadalajara, conforme a la fracción III, realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstas en el artículo 3º de la Constitución Federal.

3 semestre	Análisis de las funciones y políticas editoriales	Fundamentación legal de los medios en México	Diagnóstico de las formas de producción informativa	Innovación en la difusión informativa	Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio	Mejoramiento de la organización
	(Reporte) diagnóstico de las funciones editoriales)	(Análisis contextual) del marco legal y constitutivo de un medio)	(Propuesta para mejorar las formas de producción de un medio)	Estrategias para mejorar la difusión de productos periodísticos)	(Evaluación de las políticas del medio)	
4 semestre	Problemática y análisis de los problemas administrativos y editoriales en los medios noticiosos	Fundamentación de los procesos editoriales en los medios noticiosos	Optimización de los procesos y espacios de producción informativa	Vinculación comercial e interinstitucional	Mejoramiento de la organización	
	(Teoría) y análisis de los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio)	(Análisis de los problemas editoriales y administrativos en los medios noticiosos)	(Propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de la producción informativa)	(Propuesta de estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa)		

Proyecto de Nivelación en Periodismo (9 de agosto de 2011)

Competencias genuinas	Investigar	Comparticular	Producir	Comunicar	Gestionar	Ámbitos u objetos /Proyectos
1 semestre	<p>Diseño y técnicas para la investigación periodística</p> <p>[Proyecto de investigación periodística]</p>	<p>Contabilización de la investigación periodística</p> <p>(Antecedentes de la investigación periodística)</p>	<p>Producción multimedia</p> <p>[Producto periodístico en formato multimedia]</p>	<p>Análisis de los modelos y nuevos paradigmas de la comunicación</p> <p>[Estado de la cuestión sobre nuevos modelos y canales comunicativos]</p>	<p>Ética y deontología del periodismo</p> <p>[Reflexión sobre las responsabilidades sociales del quehacer periodístico]</p>	<p>1. Investigación periodística</p> <p>2. Producción periodística</p> <p>3. Investigación periodística</p>
2 semestre	<p>Análisis de la percepción y necesidades de las audiencias</p> <p>[Diagnóstico de la percepción y necesidades de las audiencias]</p>	<p>Evaluación de los servicios a las audiencias</p> <p>(Diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias)</p> <p>Definir el lector y manejar los temas de la agenda mediática</p>	<p>Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias</p> <p>[Propuesta de innovación para la agenda mediática]</p>	<p>Escritura y comunicación para nuevas medios y audiencias</p> <p>[Producto informativo escrito para nuevos medios y audiencias]</p>	<p>Gestión y administración de audiencias y usuarios</p> <p>[Reporte de implementación de estrategias de gestión y administración de audiencias o usuarios]</p>	<p>1. Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias</p> <p>2. Responsabilidad en la construcción de la agenda informativa</p>

los procesos y espacios editoriales, administrativos y comerciales de las empresas informativas

- **Campo particular.** Generando, gestionando y administrando su propio medio informativo.

Perfil de ingreso

El aspirante a ingresar a la nivelación deberá contar con los siguientes conocimientos, capacidades y habilidades:

- Experiencia profesional en el campo del periodismo y la comunicación o probable de por lo menos cinco años
- Capacidad para analizar fenómenos y problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información
- Habilidad para el trabajo colaborativo y en red
- Capacidad para innovar, producir conocimientos y alcanzar metas y resultados en el campo del periodismo y la comunicación
- Actitud de servicio y compromiso social para mejorar el entorno a través de un trabajo profesional y ético
- Poseer certificado de preparatoria. La Junta Académica decidirá sobre casos particulares
- Acreditar un promedio general mínimo de 80 con certificación original o documento que sea equiparable de los estudios precedentes, según sea el caso.
- Poseer conocimientos básicos en sistemas de información y comunicación.
- Presentar currículum vitae
- Acreditar la competencia de lecto-comprensión del idioma inglés
- Asistir a entrevista con miembros de la junta académica
- Carta de exposición de motivos para cursar el programa

- Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística
- Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano los valores periodísticos de la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas

Campos o áreas de desempeño profesional

- **Campo de la producción y comunicación periodísticas.** En la generación de productos informativos de calidad y desarrollando e implementando estrategias para la mejora y la digitalización de procesos de producción y difusión de información en organizaciones de medios públicas y privadas.
- **Campo de los servicios informativos a la sociedad.** Evaluando y diagnosticando procesos y servicios de difusión de información para la sociedad. Generando proyectos para mejorar y satisfacer las necesidades de comunicación de las audiencias y usuarios de productos y servicios informativos de un medio de comunicación.
- **Campo o área editorial y administrativa de la organización editorial.** Evaluando e implementando estrategias para la mejora y optimización de

Perfil de egreso

Al cursar el programa de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo los egresados tendrán el siguiente perfil

- Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo
- Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación
- Habilidad para planear y generar productos informativos en ambientes virtuales a través del uso de herramientas, tecnologías, aplicaciones y plataformas digitales
- Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.
- Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.
- Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación
- Actitud de liderazgo para gestionar, emprender, organizar, administrar y coordinar su propia empresa informativa

Nivelación de Licenciatura en Periodismo

Objetivo general

La Nivelación de Licenciatura en Periodismo es un programa en línea que busca certificar, acreditar y nivelar la experiencia y formación de los periodistas y comunicadores que no cuenten con estudios superiores en periodismo o que no tengan el título o grado en ese campo profesional.

Objetivos particulares

1. Desarrollar capacidades y habilidades para la planeación, producción y difusión de productos periodísticos de calidad utilizando las Tecnologías de la Comunicación y la Información.
2. Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.
3. Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos, estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y áreas de producción y comunicación de información en organizaciones de medios de los ámbitos público y privado.
4. Ampliar las capacidades para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando aplicaciones, tecnologías y herramientas de la información y la comunicación.
5. Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.



SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo del 9 DE AGOSTO DE 2011
Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco.

Maria Elena Chan Nuñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalia Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elena Richard Varela

Luz Ramierez

Hector C. Farina Ojeda

Ada Lorena Guevara León



**Centro de Formación
EN PERIODISMO DIGITAL**

Av. de la Paz No. 2457
Col. Alameda
Guadalajara, Jalisco
C.P. 44110

Teléfono (33) 3333-
3333 ext. 5022-
3333 ext. 333333
fax (33) 3333-
3333

http://www.centroperiodismodigital.org
http://www.udg.mx
http://www.udg.mx/centroperiodismodigital



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

	Contenido	
	apudat a quienes no según como se de-sarrolla un- proceso Se dic por terminado el proceso de diseño curricular de la Nivelación en Periodismo	



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de revisión en Periodismo	Bas de Rocaña (Casa de la Paz)
9 de agosto de 2011 08	17:12 horas
	19:20 hrs

Objetivos, perfiles de ingreso y egreso; y campos de aplicación profesional	La Mtra. Rocasita Orozco presentó los objetivos del programa y los perfiles de ingreso y egreso. Sobre estos se trabajó y se definieron los que se integran al proyecto de revisión que se presentará para su revisión. Se trabajó en el objetivo general del programa y en el perfil de ingreso e ingreso. Se trabajó en los campos de aplicación profesional de programa educativo, quedando los siguientes cuatro: Campo de la producción y comunicación periodísticas, Campo de los servicios informativos a la sociedad, Campo editorial y administrativo, Campo particular. Se acordó que la Mtra. Rocasita Orozco trabaje la fundamentación del proyecto, pues ya tiene algo avanzado e integrará los resultados del estudio de pertinencia, mismo que se presentará a los expertos para su conocimiento en una reunión que se programe para el año. Se revisó la matriz de la currícula y se pudo elaborar de expertos para el diseño de los programas analíticos. La Mtra. Carmen Contreras empujará un taller de diseño curricular para	Todos	NA
		Todos	NA
		Todos	NA
		Todos	NA
		Todos	NA

3 semestre	Análisis de las funciones y políticas editoriales	Fundamentación legal de los medios en México	Diagnóstico de las formas de producción informativa en un medio.	Innovación en la difusión informativa (Estrategias para mejorar la difusión de productos periodísticos)	Análisis de las funciones y políticas administrativas del medio (Evaluación de las políticas de medios)	Mejoramiento de la organización
4 semestre	Problemática de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos	(Análisis contextual del marco legal y constitutivo de un medio)	2. Propuesta para mejorar las formas de producción de un medio.	Vinculación comercial e instruccional (Propuesta de estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa)	Mejoramiento de la organización	

Se acordó que sean 4 módulos "operativos abiertos" que tengan los nombres genéricos "Curso de apoyo I", "Curso de apoyo II", "Curso de apoyo III" y "Curso de apoyo IV".

Proyecto: Nivelación de Licenciatura en Periodismo (Matriz 1 de julio de 2011)

Competencias genéricas	Investigar	Contextualizar	Producir	Comunicar	Gestionar	Ámbitos u objetos /Proyectos
1 semestre	Diseño y técnicas para la investigación periodística (Proyecto de investigación periodística)	Contextualizar con la investigación periodística (Antecedentes de la investigación periodística)	Producción multimedia (Producto periodístico en formato multimedia)	Análisis de los modelos y nuevos paradigmas de la comunicación (Estado de la cuestión sobre nuevos modelos y canales comunicativos)	Ética y deontología del periodismo (Reflexión sobre las responsabilidades sociales del quehacer periodístico)	Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información (1. Un periodista - plaza de Brasil, análisis formato multimedia 2. Diario o página de reflexiva del proceso de investigación.)
2 semestre	Análisis de la percepción y necesidades de las audiencias (Diagnóstico de la percepción y necesidades de las audiencias)	Fundación de los aportes a las audiencias (Diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias) Defensor del lector y estrategias de seguimiento de los temas de la agenda ciudadana	Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias (Frustrata de innovación para la agenda noticiosa)	Escritura y comunicación para nuevos medios y audiencias (Producto informativo escrito para nuevos medios y audiencias)	Gestión y administración de audiencias y usuarios (Reporte de la implementación de estrategias de gestión y administración de audiencias o usuarios)	Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información (1. Un periodista - plaza de Brasil, análisis formato multimedia 2. Diario o página de reflexiva del proceso de investigación.)



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
 Asistencia a reunión de trabajo del 1 DE JULIO DE 2011
 Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco.

Maria Elena Chan Núñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalía Orozco Murillo

Claudia M. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elena Richard Varela

Jade Ramírez

Hector C. Farina Ojeda

Ada Lorena Guevara León



Reg. de la F. P. No. 1055
 Calle Acuña y Arce No. 1055
 C. P. 44100, Jalisco
 T. 33 36 41 10

Celular: 33 33 10 113
 Correo: cfpd@uvg.mx
 CFPD@uvg.mx
 Fax: 33 36 41 10

<http://www.centroperiodismodigital.org/>
<http://www.ubg.mx/>
<http://www.uvg.edu.mx/>



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Nivelación en Periodismo	Sala de Reunión (Casa de la Paz)
1 de julio de 2011	17:12 horas
02	18:30 hrs. 17:00 hrs.

<p>1</p> <p>Miembros curriculares de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo</p>	<p>Se trabajó en la organización de las unidades de aprendizaje por semestres quedando en los primeros tres semestres cinco materias más la unidad de aprendizaje que llama Proyecto o Mejoramiento de un ámbito específico de la organización editorial. En el último semestre quedaron cuatro materias. Se definieron muy bien los productos de los cuatro cursos de proyecto o mejoramiento de la organización.</p>	<p>NA</p>
<p>2</p> <p>Miembros curriculares de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo</p>	<p>Dubido a que es una nivelación que se enfocó en el análisis, evaluación y mejoramiento de los distintos ámbitos de la organización y los procesos editoriales se acordó que los alumnos tengan la opción de tomar cuatro cursos optativos siendo obligatorios solo 2 de ellos. También se acordó que esos cursos tengan nombres genéricos como "Curso de apoyo".</p>	<p>NA</p>
<p>3</p> <p>Miembros curriculares de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo</p>	<p>Se acordó presentar en la siguiente reunión el perfil de ingreso y los objetivos del programa de nivelación.</p>	<p>9 de agosto de 2011</p>

Oportunidades de especialización: (Falta definir si se dejarán abiertas o tendrán nombre.)

- 1) Producción de audio
- 2) Producción de vídeo
- 3) Periodismo en la Internet
- 4) Estrategias de comunicación corporativa.
- 5) Gestión y planes de mercado
- 6) Nuevas tecnologías y sociedad de la información

Oportunidades de apoyo

- 1) Ferias de los primeros periodísticos
- 2) Estilo y redacción periodística
- 3) Entrenamiento
- 4) Sociología de la comunicación (teoría)
- 5) Legislación de medios

Matriz Nivelación en Periodismo (10 de junio de 2011)

Genéricos	Investigar	Contextualizar	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar
Ámbitos u Objetivos: Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de información	Diseño y técnicas de investigación periodística (Proyecto de investigación periodística)	Contextualización de la investigación periodística (Antecedentes de la investigación periodística)	Producción y edición de informallas (Producción de investigación periodística)	Análisis de las funciones editoriales (Reportaje o diagnóstico de las funciones editoriales)	Innovación en la difusión informativa (Estrategia de difusión de la investigación periodística)	Ética y tecnología del periodismo (Reflexión sobre el quehacer periodístico investigativo)
	Análisis de la percepción y necesidades de los audiencias (Diagnóstico de la percepción y necesidades de los audiencias)		Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias (Propuesta de innovación para la agenda noticiosa)	Evaluación de los servicios a las audiencias (Diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias)	Vinculación comunitaria e interdisciplinaria (Propuesta de estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa)	Gestión y administración de audiencias (Reportaje de la implementación de estrategias de gestión y administración de audiencias o usuarios)
Mejoramiento de la organización	Problemática de los procesos organizacionales en los medios noticiosos (Descripción y análisis de los procesos organizacionales del medio)	Optimización de los procesos y espacios de producción informativa (Propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de la producción informativa)	Optimización de los procesos y espacios de producción informativa (Propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de la producción informativa)	Análisis de las políticas editoriales, organizacionales, comerciales e interdisciplinarias del medio (Evaluación de las políticas del medio)		



PROGRAMA DE NIVELACION EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo del 10 DE JUNIO DE 2011
Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco.

María Elena Chan Nuñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalba Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenia García Gómez

Rosa Elena Richart Varela

Jade Ramirez

Héctor C. Farina Ojeda

Ada Lorena Guevara León





Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Nivelación en Periodismo		Salas de Reacción (Casa de la Paz)	
10 de junio de 2011		17:17 horas	19:33 hrs.
08		1 de julio de 2011	17:00 hrs.
MINUTA			
Módulo curricular de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo	Se revisaron las matrices con las propuestas de productos para cada unidad de aprendizaje que presentaron los compañeros. Después se acordó cuál era el producto que se dejaría como definitivo por cada curso de toda la matriz.	Todos	NA
	Se trabajó en la identificación de materias o unidades de aprendizaje que podrían llevarse por cada semestre y se les agrupó o diferenció por colores para identificarlas mejor.	Todos	NA
	Se acordó presentar propuestas del orden que tendrían las materias por semestre. La resolución tendría una duración de 4 semestres o dos años, considerando el número de unidades de aprendizaje que se han diseñado en la matriz.	Todos	1 de julio de 2011
	Se hizo un lista de las materias que podrían ser de especialización, falta definir si se declararían con nombre abierto o tendrían un nombre específico. Se acordó que el trabajo en la siguiente reunión.	Todos	1 de julio de 2011

Proyecto de Nivelación en Periodismo (matriz 27 de mayo de 2011)

Servicios Investigar	Contextualizar	Producir	Organizar	Comercializar	Gestionar	Desarrollar aplicaciones tecnológicas
<p>Ámbitos e Objetivos</p> <p>Mejoramiento de la producción noticiosa</p>	<p>Diseño y técnicas para la investigación periodística</p> <p>(Proyecto de investigación periodística)</p>	<p>Producción informativa</p> <p>(Producto de investigación periodística)</p>	<p>Análisis de las funciones editoriales</p> <p>(Reporte o diagnóstico de las funciones editoriales)</p>	<p>Innovación en la difusión informativa</p> <p>(Estrategia de difusión de la investigación periodística)</p>	<p>Ética y deontología de periodismo</p> <p>(Reflexión sobre el quehacer periodístico)</p>	<p>Producción y edición de información.</p>
<p>Mejoramiento y diversificación de los servicios a las audiencias</p>	<p>Identificación de las necesidades de las audiencias</p>	<p>3</p> <p>Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de audiencias</p>	<p>Evaluación de los servicios a las audiencias.</p>	<p>Análisis sobre tipos de audiencias.</p>	<p>Gestión de usuarios y redes sociales.</p>	<p>Mejora de los servicios informáticos para las audiencias</p>
<p>Mejoramiento de la organización de los procesos organizacionales en los medios noticiosos</p>	<p>Procesos organizacionales del medio</p>	<p>Nuevas tecnologías para la producción de la información.</p>	<p>Políticas editoriales organizacionales y comerciales</p>	<p>Estrategias mercadológicas en los servicios informáticos</p>	<p>Vinculación comercial e interinstitucional</p>	<p>Herramientas tecnológicas para la producción informativa</p>



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo del 27 DE MAYO DE 2011
Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Núñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalba Drozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

Jose Antonio Delgado Valdima

Rosa Eugenia García Gómez

Rosa Elena Richard Varela

Jade Ramirez

Héctor C. Farina Ojeda

Ada Lorena Guevara Leon





Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Nivelación en Periodismo	Sala de Recursos (Casa de la Paz)	18:30 hrs.
27 de Mayo de 2011	18 hrs.	19:30 hrs.
19	Por definir	17:00 hrs.

Orden del día	Asistencia	Fecha correspondiente
<p>Los compañeros presentaron las matrices con nombres de materias que arrojan a cada unidad de aprendizaje. Después se fueron dejando poriendo en una nueva matriz las que parecen más acorde.</p>	Todos	Próxima reunión
<p>Se trabajó en proyectos que se entregarán o trabajarán por cada materia o unidad de aprendizaje y se pasó por en la matriz. Se acordó terminar de trabajar en todos los proyectos, para presentarlos en la próxima reunión.</p>	Todos	Próxima reunión
<p>Se acordó trabajar en las propuestas de proyectos que se requieren por cada ámbito u objeto pensando en que sea un proyecto que integre o agrupe todas las competencias de ese ámbito.</p>	Todos	Próxima reunión
<p>La Mtra. Rosalía convocará vía correo a la próxima reunión.</p>	Mtra. Rosalía Cirvico	NA

Proyecto de Nivelación de Licenciatura en Periodismo (matriz 13 de mayo de 2011)

Genéricas	Investigar	Contextualizar	Producir	Organizar	Comunicar	Empionar	Desarrollar aplicaciones tecnológicas
Ambitos u Objetos Mejoramiento de la producción noticiosa	Diseño y Técnicas de Investigación	Contextualización de la producción periodística	Técnicas para la producción informativa I Técnicas para la producción informativa II	Coordinación y dirección editorial	Innovación en la difusión informativa	Ética de periodismo	Software para la producción y edición de información
	Mejoramiento y diversificación de los servicios a las audiencias	Identificación de las necesidades de las audiencias.	Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de audiencias (ciudadanos)	Evaluación de los servicios a la audiencia.	Foros de análisis sobre tipos de audiencia pública.	Gestión de audiencias y redes sociales.	Mejora de los servicios informativos para las audiencias
Mejoramiento de la organización	Problemática de los procesos organizacionales en los medios noticiosos	Procesos organizacionales del medio.	Nuevas tecnologías para la producción de la información	Políticas editoriales, organizacionales y comerciales	Estrategias mercadológicas en los servicios informativos	Vinculación comercial e interinstitucional al	Herramientas tecnológicas para la producción informativa



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Sistema de Universidad Virtual



**PROPUESTA DE NIVELACIÓN PARA LA LICENCIATURA
EN PERIODISMO**

Guadalajara, Jalisco, junio de 2012

CONTENIDO

1. FUNDAMENTACIÓN DEL PROGRAMA	3
1.1 Aspecto social	3
1.2 Aspecto institucional	9
2. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR	16
2.1 Objetivos del programa	16
2.2 Perfiles de ingreso y egreso	17
2.3 Estructura del plan de estudios	20
2.4 Plan de estudios	20
3. METODOLOGÍA EMPLEADA EN LA CONSTRUCCIÓN CURRICULAR	22
3.1 Diseño del plan de estudios	22
4. CRITERIOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA	31
5. PLAN DE EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN CURRICULAR	36
6. RECURSOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA	38
6.1 Planta académica y perfil de los profesores	38
6.2 Infraestructura tecnológica	42
6.3 Recursos financieros	43
ANEXOS	50
ANEXO 1. ESTUDIO DE PERTINENCIA	51
ANEXO 2. CURRÍCULOS DE LOS PROFESORES DE TIEMPO COMPLETO	112
ANEXO 3. PROGRAMAS SINTÉTICOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE	163
ANEXO 4. MINUTAS DE REUNIONES PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS	277
ANEXO 5. CONVENIOS DE COLABORACIÓN Y CARTAS DE APOYO	309

1. FUNDAMENTACIÓN DEL PROGRAMA

1.1 Aspecto social

En los últimos años las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han transformado prácticamente todos los ámbitos de la vida social, afectando de forma particular los procesos relacionados con la producción, distribución y comunicación de información.

Los cambios tecnológicos han impulsado el surgimiento de nuevos medios y la adaptación de medios tradicionales a las necesidades que impone el contexto social en la era digital, donde confluyen tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana.

El uso y penetración de Internet en las sociedades contemporáneas ha dado como resultado el surgimiento de nuevos medios exclusivamente digitales, lo cual tiene un papel transformador al posibilitar y multiplicar las opciones y capacidades comunicativas, dando pie a más flujos de datos y de información.

Alrededor del mundo, los dueños de los medios, los comunicadores y los periodistas han visto llegar nuevas herramientas, aplicaciones y plataformas tecnológicas que les permiten producir, gestionar y difundir información.

El impacto que ha tenido Internet y las TIC en la producción y comunicación de contenidos ha ocasionado que las empresas de medios incorporen a sus redacciones o espacios editoriales nuevas áreas de producción de periodismo digital y multimedia, lo que ha traído consigo la demanda social de un profesional más especializado y mejor capacitado en esas áreas de la comunicación.

Según datos del estudio *Hábitos de los usuarios de Internet en México*, en marzo de 2011 había en el país 34.9 millones de usuarios de internet; y la principal actividad relacionada con los medios de comunicación es consultar o leer el periódico en línea,

lo que incluye ver videos y escuchar noticias en audio¹.

Debido al aumento de la penetración de Internet en el país, se proyecta que cada vez serán más las personas que accederán o buscarán información periodística a través de plataformas móviles y de dispositivos que distribuyen información a través de la web.

Las tendencias a nivel internacional poco a poco permean la realidad laboral del país y vuelven imperante la necesidad de profesionalizar, actualizar y nivelar los conocimientos, habilidades y competencias profesionales de quienes ejercen profesionalmente actividades en el campo de la comunicación y el periodismo.

El entorno social actual demanda que los periodistas tengan un dominio más amplio de competencias relacionadas con el uso y la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación, pero además se vuelve necesario que estos profesionales dominen competencias relacionadas con la contextualización, la investigación y el análisis de problemáticas y fenómenos sociales contemporáneos.

En un contexto donde convergen tecnología y medios de comunicación y donde se establecen nuevos modelos productivos en las empresas de información, es de suma importancia actualizar, nivelar y adaptar a las necesidades sociales los perfiles profesionales, dando énfasis a un mayor uso, dominio y conocimiento de plataformas y aplicaciones tecnológicas, pero sobre todo, poniendo énfasis en el desarrollo de competencias para el análisis, la investigación e innovación en el campo de la comunicación.

México enfrenta un proceso de transición democrática marcado por logros y problemas sociales y económicos. Uno de los pilares fundamentales para consolidar y ampliar una cultura democrática tiene que ver con la calidad de la información que se genera y se difunde a través de distintos medios y plataformas informativas.

Según datos del *Padrón de Medios Impresos*, de la Secretaría de Gobernación, en México existen 848 periódicos y revistas que se dedican a producir noticias de interés

¹ Datos extraídos del reporte del año 2011 de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Documento disponible en línea en la página: <http://www.amipci.org.mx/estudios> (consultado el 15 de mayo de 2011).

general². En Jalisco están registrados ante la Secretaría de Gobernación 21 medios impresos³.

En el caso de los medios electrónicos, según datos de la organización Nuestros Medios, en el año 2009 existían en México 461 canales de televisión y 820 estaciones de radio con permiso para operar.

Las cadenas de Televisión dominantes son Televisa (con 257 canales) y TV Azteca (con 180 canales). Otros canales importantes del sector y que producen información de interés general son Milenio Televisión, Proyecto 40, Efecto TV, Canal 22 y Canal Once, los dos últimos se financian con recursos públicos.

En el caso de la radiodifusión, doce cadenas se reparten las 820 estaciones de radio. Las más importantes a nivel nacional y que dominan el espectro radioeléctrico son: Radio Fórmula, Grupo Acir, MVS Radio, Televisa Radio y Radiorama. Cada una de ellas produce programas noticiosos que difunden información a través de sus estaciones e Internet.

Además, más de la mitad de los estados de la república cuentan con sistemas de comunicación en radio y televisión, mismos que tienen páginas web donde se difunde información.

En la Zona Metropolitana de Guadalajara existen 15 grupos de radio que operan 50 estaciones radiofónicas. Los más importantes son Unidifusión, Radiorama de Occidente, Promomedios y Grupo Acir. El primero tiene la que se considera la primera agencia informativa de radio en México: Notisistema, que reproduce sus noticieros en 16 estaciones de Jalisco, nueve de la Zona Metropolitana de Guadalajara y siete en otros estados.

En la capital de Jalisco operan también dos estaciones de radio que son sostenidas con recursos públicos: Radio Universidad de Guadalajara (con ocho estaciones en red en distintas regiones del estado) y el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión.

² *Padrón de Medios Impresos*. Información disponible en la página web de la Secretaría de Gobernación: <http://www.gobernacion.gob.mx/PNMI/> (consultada el 19 de mayo de 2011).

³ *Padrón de Medios Impresos*. Información disponible en la página web de la Secretaría de Gobernación: http://www.gobernacion.gob.mx/PNMI/PNMP_consulta2.php (consultada el 19 de mayo de 2011).

Conscientes de que en nuestro país existe una alta concentración de los sistemas de medios de comunicación, uno de los retos más grandes que tienen las universidades que ofertan programas educativos de periodismo y comunicación es dotar a sus alumnos de las competencias que les permitan generar plataformas noticiosas donde difundan información de calidad.

De acuerdo con el *Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo* llevado a cabo por el Sistema de Universidad Virtual y que se aplicó a 45 periodistas y cinco directivos de distintas organizaciones de medios de la Zona Metropolitana de Guadalajara y del Distrito Federal.

Resultados relevantes del estudio en mención muestran que un alto porcentaje de periodistas y directivos de medios creen que se puede ser periodista en México sin estudiar formalmente una carrera profesional en periodismo o comunicación, sin embargo el 50 por ciento de los entrevistados cree que son mejor pagados los periodistas que saben utilizar las tecnologías de la información y que se capacitan o actualizan de forma permanente.⁴

En cuanto a las necesidades de profesionalización, los intereses de los periodistas consultados se centran en el uso de herramientas digitales y plataformas tecnológicas para la difusión y producción de información, así como en el manejo de habilidades y competencias para la redacción de contenidos para Internet. Además, los cinco directivos de medios mencionaron que dos de las habilidades más importantes que buscan al contratar periodistas son la capacidad de análisis y de investigación.

Otro dato importante que revela el estudio y que nos indica la pertinencia de crear el programa educativo Nivelación de Licenciatura en Periodismo es el resultado obtenido a través de la pregunta que se hizo a los directivos: ¿Qué tan importante es para su medio que el personal que no tenga licenciatura la curse? Más del 60 por ciento lo considera muy importante o algo importante.

En cuanto a los niveles de estudio es importante mencionar que de los 45 periodistas entrevistados, se observa que el 12 por ciento no ha concluido la licenciatura y el 21.4.

⁴ Ver resultados generales del *Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo*. Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara. Agosto de 2011. ANEXO 1

por ciento no se ha titulado. Si consideramos que muchos de los que dijeron que sí tenían el grado no estudiaron carreras afines al área de la comunicación, y que los consultados viven en zonas urbanas, tenemos que la demanda social del programa **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** puede ser muy alta, pues en las ciudades pequeñas es altamente probable que quienes trabajan como periodistas cuenten sólo con preparatoria y que no hayan cursado estudios profesionales.

Otro estudio que revela cuáles son los requerimientos de capacitación y profesionalización entre periodistas de la región es *Necesidades de Formación para Medios Digitales en América Latina*, coordinado por Guillermo Franco en el 2009. En él se recabaron opiniones de 588 profesionales de la comunicación que trabajaban en 43 diferentes organizaciones de radio, televisión, prensa escrita, blogs, instituciones gubernamentales, universidades y centros de investigación. México fue el segundo país con más participantes en el estudio, después de Colombia⁵.

De los entrevistados solo el 34.6% había tomado cursos cortos relacionados con el periodismo digital; el resto 65.4% aprendieron a usar la web de manera autodidacta.

Los datos que arrojó la investigación de Guillermo Franco revelan que la mayor necesidad de formación para los periodistas es aprender a crear productos multimedia (26%), le siguen cómo escribir para Internet (22%) y en tercer lugar está aprender a administrar y gestionar comunidades y usuarios de Internet (11%).⁶

Emprender y administrar una empresa informativa en Internet, también es un tema de interés para los periodistas, aunque siguen siendo necesidades apremiantes de formación profesional, aquéllas que tienen que ver con aprender a redactar correctamente y resolver dilemas éticos. Todas estas habilidades están consideradas en el programa de **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**.

Una de las conclusiones a las que llega Guillermo Franco en su estudio es que América Latina “pide a gritos una buena formación en periodismo y particularmente en periodismo digital. La respuesta para que esta oferta sea masiva y de alto alcance es

⁵ El estudio fue financiado por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Versión digital disponible en la página: http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/AECID/Documentos_AECID/fnpi_sondeo-1.pdf

⁶ Ver detalles en la página: http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=124673&sid=26

Internet. Hasta ahora, salvo algunas excepciones, la educación formal y presencial no ha logrado integrar todos los conocimientos y habilidades que le permitirían a los egresados desempeñarse de manera plena en el mundo digital", (2009, p. 14).

En una entrevista online difundida en el sitio web de Universia, Franco asegura que en la actualidad es necesario formar periodistas con mentalidad de emprendedores y no con mentalidad de empleados. Además, dice "el mercado laboral para medios en Internet es monstruoso", pues hay necesidad de empresas privadas, organizaciones sociales e instituciones públicas de contratar expertos profesionales en periodismo que sepan cómo producir, gestionar y difundir información en línea o a través de Internet⁷.

Atendiendo al contexto social descrito y a las necesidades de formación y profesionalización de periodistas y comunicadores que no cuentan con el grado de licenciatura en la especialidad del periodismo, la Universidad de Guadalajara a través del Sistema de Universidad Virtual propone crear el programa académico **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**.

La pertinencia de ofertar el programa académico **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** se sustenta tanto en los resultados sobre las necesidades de formación de periodistas y comunicadores arrojados en los estudios antes citados, así como en el contexto social descrito sobre la gran cantidad de medios que existen en el país, donde hay cientos de "periodistas" formados empíricamente, con carreras trucas o sin una formación universitaria en el campo de la comunicación y el periodismo; esto debido a que durante muchos años para ejercer en esa área los medios de comunicación no exigían el título.

Además, hay que considerar que existe un porcentaje alto de periodistas y comunicadores del sector público y privado, que aunque tienen el grado de licenciatura, estudiaron otras carreras que no son afines al campo de la comunicación, por lo que podrían estar interesados en obtener el título de Licenciatura en Periodismo.

⁷ Entrevista en video difundida en la página: <http://formacion-peru.universiablugs.net/tag/guillermo-franco/> (consultada el 15 de marzo de 2010).

El grupo objetivo al que está dirigida la nivelación está conformado principalmente por periodistas y comunicadores con experiencia que por diferentes razones no tienen el grado de Licenciatura en Periodismo. Entre ellos se encuentran quienes no pudieron terminar su carrera, estudiaron especialidades ajenas a la comunicación o simplemente desean actualizar y nivelar sus conocimientos, habilidades y competencias en el campo del periodismo.

El escritor colombiano Premio Nobel de Literatura, Gabriel García Márquez, y quien fuera en su juventud periodista, asegura que en las carreras de comunicación y periodismo se deben reforzar las áreas técnicas básicas como narración y la investigación periodística; y que siempre se debe considerar la ética. El diseño curricular de la nivelación se ancla precisamente en las competencias genéricas de la investigación y el análisis y da un peso importante a la dimensión ética de la profesión; aunque también está enfocada a reforzar las habilidades para la evaluación y diagnóstico de sistemas y procesos informativos.

Debido a todo lo anteriormente expuesto, se considera que la propuesta de crear en la Universidad de Guadalajara la **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**, en la modalidad a distancia, es pertinente y necesaria en el contexto social actual, ya que ofrecerá un espacio académico accesible para que los periodistas y comunicadores que deseen nivelar, actualizar y profesionalizar su formación, puedan hacerlo sin verse obligados a abandonar su trabajo.

1.2 Aspecto institucional

En el año 2010 se cumplieron 50 años de la existencia de programas académicos dedicados al estudio de la Comunicación y el periodismo en México.

En el estudio *Mopa de los Centros y Programas de Formación de Comunicadores y Periodistas en América Latina y el Caribe* (Unesco- Felafacs, 2009), en el capítulo correspondiente a México, se señala que de acuerdo con datos del periodo 2006-2007 de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior

(ANUIES), hay 462 programas de Comunicación y sus subespecialidades; de esos, más de 40 se especializan en la formación profesional del periodismo⁸.

De acuerdo con datos de la ANUIES la distribución de programas de Comunicación atiende a la siguiente proporción: Centro (34.40%); Centro Occidente (19.50%); Sureste (17.90); Noreste (17.20%); Noroeste (11%).

Si consideramos los datos de la ANUIES, a nivel nacional la carrera de comunicación se ofrece en más de 45 especializaciones, muchas de ellas tienen una orientación formativa en ingeniería para el desarrollo de tecnologías y no con fines de comunicación periodística.

En México no existe hasta la fecha ningún programa académico escolarizado ni en modalidad a distancia que ofrezca nivelar los conocimientos, habilidades y competencias de comunicadores y periodistas, ofreciéndoles optar por un grado de licenciatura; de ahí que la oferta del programa **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** sea pertinente y necesario en el contexto nacional.

Cabe señalar que en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, con sede en el Distrito Federal, se ofrece la acreditación o equivalencia a la Licenciatura en Periodismo mediante un "Examen General de Conocimientos". Esta acreditación se oferta con base en el Acuerdo No. 286 de la Secretaría de Educación Pública; está dirigida a personas que han adquirido mediante una forma autodidacta o por medio de la experiencia laboral las habilidades propias de la profesión del periodismo, pero no ofrece ningún tipo de formación ni profesionalización a los periodistas.

M.A. Rebeil y J. Hidalgo (2009) señalan que la Secretaría de Educación Pública registró en el ciclo (2006-2007), un total de 72,224 estudiantes inscritos en programas afines a la comunicación; y que en ese mismo periodo egresaron 11,974 estudiantes.

⁸ María Antonieta Rebeil coordinó el estudio en México y fue financiado por la UNESCO y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Resultados disponibles en línea en la página: <http://www.felafacs.org/unesco/>
El Catálogo de Carreras de Licenciatura en Universidades e Institutos Tecnológicos (2007), editado por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) también está en línea: http://www.anuies.mx/servicios/c_licenciatura/index2.php

Los autores explican también que según datos de la *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo* que realizan la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) a través de su Observatorio Laboral, para el año 2008 había 135 mil profesionales de comunicación con empleo. Ello significó un incremento de 12 mil empleos con respecto al año 2007.

En América Latina, sólo dos universidades ofrecen programas de nivelación, uno es la Universidad de la Plata, en Argentina; y la otra es la Universidad de San Carlos, en Guatemala. Ambos programas son escolarizados, el segundo se ofrece incluso como un curso propedéutico para nivelar a los aspirantes a cursar la Licenciatura en Periodismo. Esto quiere decir que el programa que propone el Sistema de Universidad Virtual, podría tener también una alta demanda a nivel internacional.

En cuanto a la cantidad de posgrados del campo de la Comunicación en México Fuentes Navarro (2011) señala que existen cincuenta programas, de los cuales sólo ocho han alcanzado la acreditación oficial "de calidad" académica, y únicamente cinco se consideran "consolidados".

Los programas de posgrado incluidos en el Padrón Nacional de Posgrado de Calidad (PNPC) del CONACYT se enfocan a la investigación de fenómenos de la comunicación desde perspectivas socio-culturales. Dos de ellos están en Jalisco (UdeG e ITESO). Ningún posgrado de calidad se especializa en periodismo.⁹

La Universidad de Guadalajara cuenta actualmente con dos programas de pregrado en el campo de la comunicación: la Licenciatura en Comunicación Pública, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH); y la Licenciatura en Periodismo, que se oferta en dos centros universitarios regionales (Cuciénege y Cusur).

El 21 de octubre de 2011, el Consejo General Universitario de la Universidad de Guadalajara aprobó el dictamen de creación de la Maestría en Periodismo Digital, programa de posgrado profesionalizante en la modalidad a distancia que se ofertará en el Sistema de Universidad Virtual (SUV) e iniciará cursos en el 2012.

⁹ Para detalles sobre el tema consultar la página web del Padrón Nacional de Posgrado de Calidad: http://www.uson.mx/avisos/padron_nacional_de_posgrado.pdf

Otro posgrado que oferta la Universidad de Guadalajara es la Maestría en Comunicación, adscrita al Departamento de Estudios de la Comunicación Social, uno de los centros de investigación con más producción académica de calidad en ese campo del conocimiento a nivel nacional e internacional.

En cuanto a la producción académica en el campo de la comunicación, Fuentes Navarro (2011) presenta un análisis y sistematización de los productos de investigación registrados en la base de datos del sitio Documentación en Ciencias de la Comunicación (ccdoc). En la siguiente gráfica puede apreciarse de forma comparativa el desarrollo evolutivo que ha tenido la producción académica en ese campo.

Cuadro n. 1: Productos publicados de la investigación de la Comunicación en, por formato y lustro, 1960-2009 (ccdoc)

Lustro	Libros	Capítulos	Artículos	Total
1960-1964	0	0	2	2 (0.0%)
1965-1969	11	1	1	13 (0.3%)
1970-1974	15	0	34	49 (1.1%)
1975-1979	44	7	121	172 (3.8%)
1980-1984	117	38	173	328 (7.3%)
1985-1989	102	136	239	477 (10.7%)
1990-1994	114	199	419	732 (16.4%)
1995-1999	103	267	531	901 (20.2%)
2000-2004	134	453	480	1067 (23.9%)
2005-2009	78	263	388	729 (16.3%)
Totales	718 (16.1%)	1364 (30.5%)	2388 (53.4%)	4470 (100%)

Aquí cabe señalar que de acuerdo con datos que proporciona el mismo autor, la Universidad de Guadalajara es la tercera institución con más producción académica en el campo de la comunicación, la primera es la UNAM y le sigue la UAM.

Desde el 2008 el Sistema de Universidad Virtual a través del Centro de Formación en Periodismo Digital ha ofrecido educación continua en materia de gestión, conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías en el ámbito periodístico. Se ha

capacitado y profesionalizado a periodistas, comunicadores y académicos de México y de otros 24 países.

Hasta marzo del 2011, 500 profesionales tomaron cursos para aprender a crear páginas web y producir contenidos con herramientas y recursos multimedia, entre otros. La mayoría de los cursos se ha impartido en modalidad a distancia y mixta.

A lo largo de tres años que tiene en funcionamiento el Centro de Formación en Periodismo Digital, el SUV ha logrado integrar una red de expertos formadores en periodismo digital, entre quienes se encuentran Sandra Crucianelli, Esther Vargas, Stecey Pastor, James Breiner, Fidel Romero Alvarez, Gabriel Orihuela, Jorge Luis Sierra y otros más, que aunque no son profesores de tiempo completo en la Universidad de Guadalajara, serán invitados a impartir cursos de apoyo o especializados.

Si a lo anterior sumamos la experiencia y la planta de investigadores y académicos especializados en el campo de la comunicación con los que cuenta la Universidad de Guadalajara, entre quienes se encuentran María Elena Hernández Ramírez, Rosalía Orozco Murillo, Armando Zacarías Castillo, Rodrigo González Reyes, Pablo Arredondo, Guillermo Orozco, Enrique Sánchez Ruiz, Francisco Acevéz, Francisco Hernández, y Héctor Farina Ojeda, entre otros, veremos que la fortaleza académica de la institución es amplia y pertinente para abrir un programa de **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** en la modalidad a distancia o en línea.

La oferta educativa en ambientes virtuales de aprendizaje o en la modalidad a distancia se ha caracterizado por su alta flexibilidad, ya que atiende a personas con necesidades de profesionalización y formación que requieren de una oferta educativa posible de ser cursada sin abandono del trabajo.

En el caso del periodismo y la comunicación, el ámbito laboral se convierte en fuente principal de la formación, ya que la práctica es requerida, y las problemáticas reales constituyen los objetos de intervención del currículum, de ahí que la **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** se haya diseñado para ser ofertada en la modalidad a distancia.

El SUV ofrece actualmente seis programas de pregrado y uno de educación media superior en la modalidad a distancia bajo el sistema de créditos. El estudiante, en nuestro modelo académico, es el centro del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los programas educativos diseñados en la modalidad a distancia tienen en común y como ventajas competitivas:

- Su diseño y oferta en vinculación con organizaciones o grupos del sector productivo o a través de redes de formación e investigación: la modalidad a distancia y la formación en ambientes virtuales suele ser una respuesta pertinente y factible para atender a poblaciones con necesidades de formación que no suelen ser atendidas por la oferta educativa convencional y escolarizada. Así mismo los entornos virtuales facilitan el trabajo de las redes de formación e investigación independientemente de la ubicación geográfica de sus integrantes.
- Esta tendencia a la conformación de redes de formación aprovechando la potencialidad de los entornos virtuales, ayuda a consolidar la vinculación entre universidad y sector productivo tan requerida y buscada a través de diversas estrategias. En el caso de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo, el campo de conocimiento es idóneo para impartirse en un ambiente de aprendizaje virtual, pues su modelo académico se enfoca en la gestión del conocimiento y el aprendizaje en ambientes virtuales, articulándose dentro de la problemática que supone el desarrollo y evolución de las TIC y la transformación del periodismo y del campo de las Ciencias de la Comunicación.
- Otra característica común de los programas en línea es que basan su aprendizaje en problemáticas que requieren de un marco de contextualización local-global, demostrando una ventaja formativa en la integración de grupos compuestos por personas ubicadas en distintas regiones, como parte de una estrategia para incidir en el reconocimiento de parámetros y formas de actuación que definan un campo profesional emergente.

- El cambio constante de las tecnologías disponibles y su evolución, hace que siempre estén identificadas como “nuevas tecnologías”, y se aplique el adjetivo “nuevas” a las tecnologías de información y comunicación, que son las que están caracterizando los modos de producción de conocimiento en la era postindustrial. La deslocalización de las nuevas tecnologías, su extraterritorialidad y ubicuidad, colocan al campo como necesario de tratamiento desde ópticas multidisciplinarias, inter-institucionales e internacionales, atributos que colocan a la modalidad a distancia como la mejor estrategia para la conformación de redes de formación e investigación.
- Todos los programas educativos ofrecidos en ambientes virtuales de aprendizaje, por el Sistema de Universidad Virtual tienen un alto componente de innovación de las prácticas por la introducción de dos elementos: por una parte la sistematización informativa propia de la práctica profesional y la gestión del conocimiento con uso de tecnologías de información y comunicación; y como segundo elemento la formación basada en la gestión de proyectos. Ambas características se explican a detalle en el apartado relativo al modelo curricular en este mismo documento.
- Surgen ante la observación de demanda explícita de una población ya definida en sus intereses de formación, a través de programas formales y de educación continua en la propia universidad, así como de los agentes implicados en el desarrollo de esos programas formativos, provenientes de diversas organizaciones y universidades.
- La operación es totalmente en línea a través de diversos dispositivos tecnológicos para apoyar el estudio independiente, el seguimiento de proyectos, la asesoría y la colaboración entre pares.

Los programas de pregrado que se ofertan en la modalidad a distancia son reconocidos por la Secretaría de Educación Pública como espacios académicos “privilegiados para ampliar los horizontes de la educación”. En ese sentido el programa de **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** responde a una necesidad social porque es una opción

educativa que atenderá a personas que trabajan y desean combinar esa actividad con el estudio.

La Universidad de Guadalajara tiene convenios de colaboración con centros e instituciones nacionales e internacionales que se especializan en la formación de periodistas y comunicadores, tales como el Centro Internacional para Periodistas (International Center For Journalists) y la Universidad Pontificia Bolivariana, por lo que se podrán establecer redes de colaboración académica para trabajar en laboratorios virtuales o remotos, en la codirección de proyectos, intercambio de profesores y expertos disciplinares y en investigaciones de fenómenos enfocados en el periodismo. Como ejemplo se anexan al presente proyecto los dos convenios firmados entre la Universidad de Guadalajara y el Centro Internacional para Periodistas (ver ANEXO 5).

Como institución académica comprometida con la formación superior, la investigación de calidad, la formación académica y la profesionalización de perfiles laborales que requiere el entorno social, la Universidad de Guadalajara propone abrir la **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**, primera en su tipo en México y América Latina.

Al abrir un programa de pregrado que busca nivelar y profesionalizar la formación académica de los periodistas y comunicadores, la Universidad de Guadalajara cumplirá con una de las metas planteadas en el Plan de Desarrollo Institucional en la línea estratégica de Formación y Docencia.

2. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR

2.1 Objetivos del programa

OBJETIVO GENERAL

La Nivelación de Licenciatura en Periodismo es un programa en línea para certificar, acreditar y nivelar la experiencia y formación de los periodistas y comunicadores que no cuenten con estudios superiores en periodismo o que no tengan el título de licenciatura en ese campo profesional.

OBJETIVOS PARTICULARES

1. Desarrollar capacidades y habilidades para la planeación, producción y difusión de productos periodísticos de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
2. Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.
3. Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos, estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y áreas de producción y comunicación de información en organizaciones de medios de los ámbitos público y privado.
4. Ampliar las capacidades para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando aplicaciones, tecnologías y herramientas de la información y la comunicación.
5. Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

2.2 Perfiles de ingreso y egreso

Perfil de ingreso

El aspirante a ingresar a la nivelación deberá contar con los siguientes conocimientos, capacidades y habilidades:

- Capacidad para identificar fenómenos y problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información.
- Habilidad para el trabajo colaborativo y en red.
- Capacidad para innovar, producir conocimientos y alcanzar metas y resultados en el campo del periodismo y la comunicación.

- Actitud de servicio y compromiso social para mejorar el entorno a través de un trabajo profesional y ético.
- Capacidad para redactar de forma clara y precisa.
- Poseer conocimientos básicos en computación y navegación en Internet.
- Capacidad de autogestión en la búsqueda de información y la organización del tiempo de dedicación al programa de nivelación.

Perfil de egreso

Al cursar el programa de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo los egresados tendrán el siguiente perfil:

- Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística.
- Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.
- Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo.
- Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.
- Habilidad para planear y generar productos informativos en ambientes virtuales a través del uso de herramientas, tecnologías, aplicaciones y plataformas digitales.
- Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

- Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.
- Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.
- Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.
- Actitud de liderazgo para gestionar, emprender y administrar su propia empresa informativa.

Campos o áreas de desempeño profesional

- **Campo de la producción y comunicación periodísticas.** En la generación de productos informativos de calidad y desarrollando e implementando estrategias para la mejora y la digitalización de procesos de producción y difusión de información en organizaciones de medios públicas y privadas.
- **Campo de los servicios informativos a la sociedad.** Evaluando y diagnosticando procesos y servicios de difusión de información para la sociedad. Generando proyectos para mejorar y satisfacer las necesidades de comunicación de las audiencias y usuarios de productos y servicios informativos de un medio de comunicación.
- **Campo o área editorial y administrativa de la organización editorial.** Evaluando e implementando estrategias para la mejora y optimización de los procesos y espacios editoriales, administrativos y comerciales de las empresas informativas.
- **Campo particular.** Generando, gestionando y administrando su propio medio informativo.

2.3 Estructura del plan de estudios

Atributos del programa de la licenciatura propuesta

Se pueden considerar los siguientes rasgos como definitorios del programa de Nivelación de la Licenciatura en Periodismo:

- Se trata de un programa diseñado para ser cursado a distancia con un soporte educativo en línea y con acompañamiento de un asesor.
- El programa está estructurado por ejes de formación integrados en función de las siguientes competencias genéricas: investigación, contextualización, producción, comunicación y gestión.
- La naturaleza del diseño de la licenciatura implica que se establezcan acuerdos con instituciones en donde se desenvuelve el profesional del periodismo, a fin de que pueda realizar proyectos, prácticas o tareas que le son asignadas en los cursos.
- El *currículum* está organizado para que cada ciclo se lleve a cabo un proyecto integrador en donde se manifiesten las competencias establecidas en las asignaturas de la trayectoria que el estudiante haya elegido.
- El *currículum* requiere, por la razón arriba expuesta, un fuerte trabajo para cada participante en el programa, y a su vez la constante práctica del trabajo en equipo y la colaboración, como elementos intrínsecos de las competencias de la licenciatura.
- El programa se administra por créditos, y éstos están calculados en función de la carga horaria destinada a la ejecución de los diversos tipos de tareas: estudio independiente, indagaciones, producciones, prácticas y actividades colaborativas.

2.4 Plan de estudios

Nivelación de Licenciatura en Periodismo

Áreas de Formación	Créditos	Porcentaje
Área de Formación Básica Común	70	23 %
Área de Formación Básica Particular	130	42 %

Área de Formación Especializante Obligatoria	94	31 %
Área de Formación Optativa Abierta	12	4 %
Totales	306	100%

Área de Formación Básica Común					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Producción multimedia	CT	42	83	125	12
Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación	C	75	0	75	10
Análisis de la percepción y necesidades de los consumidores de información periodística	CT	42	83	125	12
Evaluación de los servicios informativos a las audiencias	CT	42	83	125	12
Fundamentación legal de los medios en México	CT	42	83	125	12
Vinculación comercial e interinstitucional	CT	42	83	125	12
Totales		285	415	700	70

Área de Formación Básica Particular					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Diseño y técnicas para la investigación periodística	CT	35	78	113	12
Contextualización de la investigación periodística	C	75	0	75	10
Ética y deontología del periodismo	C	75	0	75	10
Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de las audiencias	CT	35	78	113	12
Escritura para nuevos medios y audiencias	CT	42	83	125	12
Gestión y administración de audiencias y usuarios	CT	42	83	125	12
Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio	CT	35	78	113	12
Diagnóstico de las formas de producción informativa	CT	42	83	125	12
Innovación en la difusión informativa	CT	35	78	113	12
Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio	CT	35	78	113	12
Problemática de los procesos administrativos y editoriales en los medios de comunicación	CT	42	83	125	12
Optimización de los procesos y espacios de producción informativa	CT	42	83	125	12
Totales		535	755	1000	100

Área de Formación Especializante Obligatoria					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Proyecto 1	CT	72	83	155	16
Proyecto 2	CT	72	83	155	16
Proyecto 3	CT	72	83	155	16
Proyecto 4	CT	72	83	155	16
Experiencia profesional en el campo de la comunicación y el periodismo					30
Totales		288	332	620	94

Área de Formación Optativa Abierta					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Curso de Apoyo I	CT	15	60	75	6
Curso de Apoyo II	CT	15	60	75	6
Curso de Apoyo III	CT	15	60	75	6
Curso de Apoyo IV	CT	15	60	75	6
Totales		80	160	240	24

Tipo = Tipo de curso

C= Curso

CT= Curso Taller

T= Taller

H.T. = Horas Teoría

H.P. = Horas Práctica

Los proyectos de ciclo tendrán los siguientes propósitos:

Proyecto 1: Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información

Proyecto 2: Mejoramiento y diversificación de los servicios Informativos para las audiencias

Proyecto 3: Mejoramiento de la organización -diagnóstico

Proyecto 4: Propuesta de mejoramiento de la organización

Los 30 créditos que se refieren a la experiencia en el campo profesional de la comunicación y el periodismo, se obtendrán presentando constancias de trabajo y/o portafolio con evidencias de producciones periodísticas de por lo menos cinco años.

3. METODOLOGÍA EMPLEADA EN LA CONSTRUCCIÓN CURRICULAR

3.1 Diseño del plan de estudios

Para el diseño curricular de la nivelación se formó un equipo de trabajo en el cual participaron expertos en periodismo y comunicación del Sistema de Universidad Virtual, del Centro Universitario de la Ciénega y del Centro Universitario del Sur, así como por otros profesionistas, externos a la UDG, que laboran en radio y periodismo impreso. Los nombres de quienes participaron son los siguientes:

NOMBRE DEL EXPERTO	CENTRO UNIVERSITARIO U ORGANIZACIÓN QUE REPRESENTA
Rosalía Orozco Murillo	Centro Universitario de la Ciénega
Héctor Farina Ojeda	Centro Universitario de la Ciénega
Claudia Contreras Navarro	Centro Universitario de la Ciénega/Periodista de Red Radio Universidad de Guadalajara
Rosa Eugenia García Gómez	Centro Universitario del Sur
Rosa Elena Richart Varela	Sistema de Universidad Virtual
María del Carmen Coronado Gallardo	Sistema de Universidad Virtual
María Elena Chan Núñez	Sistema de Universidad Virtual
Jade Ramírez	Periodista de Red Radio Universidad de Guadalajara
José Antonio Delgado Valdivia	Sistema de Universidad Virtual
Lorena Guevara	Experta externa

Es importante mencionar que en el trabajo de diseño curricular de la Nivelación se valoraron los procesos realizados en la creación y el rediseño de la Licenciatura en Periodismo, ofrecida por dos centros regionales de la Universidad de Guadalajara, lo que quedó manifestado en las discusiones sobre la problematización, la matriz curricular y el perfil de ingreso de la carrera, planteándose que este programa se diferenciaría del que ya se oferta en la universidad porque no pretende formar a nuevos periodistas, sino nivelar la experiencia de periodistas en activo. La evidencia sobre las reuniones de trabajo para el diseño curricular se anexan al presente proyecto con el nombre "Minutas de reuniones para el diseño del plan de estudios" (ver ANEXO 4).

El ejercicio de diseño curricular se organizó a través de los siguientes procesos:

Problematización-Contextualización: este proceso consistió en la identificación de problemáticas sociales a las cuales se pretendería dar respuesta con la oferta de un programa educativo como la Nivelación en Licenciatura en Periodismo. La problematización incluyó una recuperación histórica y la lectura de las condiciones que demostraron como posible y necesario el programa.

Estudios para la fundamentación. Se realizó un estudio de carácter diagnóstico (que se incluye en el Anexo 1 de este documento) y desde su lectura e interpretación se procedió a enlistar las características generales del programa y a definir el perfil de sus ingresantes y egresados. Para la determinación de los requerimientos actuales de un profesional en el campo del periodismo se tomó en cuenta el punto de vista de empleadores, profesores e investigadores de la UDG, profesionistas del campo del periodismo y posibles aspirantes a cursar el programa de nivelación (personas que trabajan en el ámbito periodístico pero que no cuentan con un título que avale sus competencias). Fue particularmente importante para el grupo el estudio de otros programas similares con modalidad tanto virtual como presencial.

Fundamentación filosófica y definición de los principios básicos de la propuesta educativa. La fundamentación filosófica del programa se integró retomando el modelo para la innovación educativa propuesto por el SUV. Aplicando los principios básicos del modelo, se realizó el diseño curricular, cuyos resultados se presentan en el cuerpo de este documento. Se puede resumir en este punto que básicamente el modelo alude a tres componentes: principios sobre el aprendizaje, tipos de aprendizaje y modos de aprender, y que siendo estos elementos los ejes de la discusión, se reconocieron como ejes básicos para el armado de la propuesta curricular. Por otra parte, se procedió a determinar los valores y los paradigmas desde los cuales el egresado ejercerá su práctica profesional. Estos valores quedaron explicitados en el perfil de egreso.

Diseño del plan de estudios. El diseño del plan de estudios surgió del análisis de competencias orientado por los principios del aprendizaje del modelo del Sistema de Universidad Virtual: autogestión, creatividad, significación y participación. Esto permitió reconocer campos de formación, ejes y trayectorias, así como la definición de las cargas de trabajo y formas de acreditación.

El diseño del plan de estudios surgió del reconocimiento de campos problemáticos y de los correspondientes saberes requeridos para su intervención. El ejercicio inició perfilando al egresado en función de los rasgos del periodista en activo, en sus diferentes dimensiones: comunicativa, administrativa, investigativa, ética y legal. Esto permitió reconocer campos de formación, ejes y trayectorias, así como la definición de las cargas de trabajo y modos de acreditación.

Explicitación del modelo pedagógico. Se definieron las etapas de formación considerando un modelo basado en el desarrollo de proyectos. De modo que se definieron dos grandes etapas: la relativa a la investigación diagnóstica que culmina en la planeación de la propuesta, y la etapa de su gestión y evaluación de la misma. Se continuó con la caracterización de los elementos básicos del sistema formativo de soporte para las trayectorias definidas: modelos de docencia, de evaluación, de acreditación, de medios y tipos de materiales a utilizar. Así mismo se definió el tipo de soporte en el que se concretarán los apoyos académicos para el aprendizaje, la gestión de los ambientes de trabajo, en resumen, de los criterios para el manejo metodológico de las trayectorias formativas.

Explicitación de implicaciones administrativas. A partir de todas las operaciones metodológicas anteriores, se identificaron todas las operaciones económico-administrativas y legales que se requieren para soportar las trayectorias formativas.

A continuación se explica el proceso de diseño en sus diferentes fases, considerando la formulación progresiva de los núcleos de formación tal y como se definieron por la discusión colegiada.

FASES Y PRODUCTOS DEL DISEÑO CURRICULAR

A) PROBLEMATIZACIÓN:

El grupo de discusión, con base en la lectura del diagnóstico, y retomando su experiencia en el campo del periodismo, elaboró el siguiente punteo de las problemáticas identificadas:

- Indefinición de las líneas editoriales
- Indefinición de las agendas noticiosas
- Faltan medios de calidad
- Mal periodismo regional, subordinado al poder político. Sobreviven por recibir dinero gubernamental, no por publicidad; se supeditan a dinero que el gobierno facilita
- Falta de independencia del medio
- Falta de agencias informativas
- Concentración de medios y falta de opciones informativas
- Sociedad desinformada o parcialmente informada
- Falta de posicionamiento de la información local como relevante
- Desconocimiento de las agenda ciudadanas
- Desconocimiento de las problemáticas de las ciudades pequeñas, aislamiento, falta de acceso a la agenda mediática
- Falta de visión global y conexión de lo regional en lo global
- Descontextualización de la información
- No hay sentido de apropiación de la información por parte de la sociedad
- La gente no gestiona su información
- Exceso de información
- Pocos lectores

- Falta de participación democrática

B) DEFINICIÓN DEL PERFIL DE EGRESO EN FUNCIÓN DE LA VISIÓN PROBLEMÁTICA

Como respuesta a la problemática identificada, se mencionaron conductas y prácticas adecuadas. El producto fue la siguiente tabla:

Problemática	Línea de intervención
Falta de medios de calidad	Gestión de la calidad
Falta de medios con responsabilidad social	Definición de políticas Organización Administración Procurar protección y seguridad del periodista
Centralismo en la información	Indagación y definición de agenda social
Dependencia de los medios a los poderes político, económico, religioso....	Independencia
Concentración de medios y falta de regulación	Emprendedurismo Creación de tercer sector Periodismo en línea
La información no se presenta para ser apropiada por la gente Falta de cultura informativa en la población	Gestión de comunidades: ofrecimiento de productos con los que las comunidades se identifiquen Planteamiento de reglas para los medios, promoción de regulaciones Promoción de las propuestas del usuario. Promoción de la producción de contenidos del usuario- por las propuestas locales/cercanas Provocación – Capacidad de propuesta de los temas para provocar al usuario

Exceso de producción de información por diversos actores sin documentación, fundamentación	Formación de audiencias Procesamiento, organización de la información producida por las audiencias
Necesidades diversificadas frente a la información por parte de distintos tipos de usuarios	Gestión de servicios digitales de información personalizados
Falta de fundamentación, contrastación, investigación Falta de precisión en el reporte	Investigación: gestión de información
Necesidad de diversificación de los temas de interés público Necesidad de denuncia de problemas o situaciones que requieren observación, escrutinio, movilización a la acción Falta de información para la toma de decisiones Confusión ante cantidad de información Incertidumbre Desorientación	Producción noticiosa Narrar Uso de manuales de estilo

Con base en la columna de líneas de intervención se elaboró el perfil de egreso que aparece en el apartado correspondiente de este documento. Para llevar a cabo las tareas explicitadas en dicho perfil de egreso, se definieron primeramente cinco grandes competencias o competencias genéricas: **contextualización, producción, investigación, gestión de la organización y gestión de comunidades.**

c) ÁMBITOS Y PROCESOS

Una vez reconocidas los tipos de saberes pertinentes para la intervención de la problemática descrita por el grupo de discusión, se procedió a identificar los ámbitos de ejercicio del periodismo.

Para identificar dichos ámbitos se pensó, primeramente, en objetos de estudio, tales como: la información, las herramientas tecnológicas, la calidad, el cooperativismo y la red de cobertura noticiosa. Sin embargo, dicha lógica de organización no convenció al equipo y se acordó finalmente que los ámbitos serían tres: la **producción noticiosa, los servicios informativos y la organización productora de dichos servicios.**

Enseguida se muestra un cuadro de doble entrada en el que aparecen las competencias genéricas y los ámbitos acordados:

Competencias genéricas	Investigación	Contextualización	Producción	Comunicación	Gestión
Ámbitos					
Producción noticiosa					
Servicios informativos					
Organización					

D) DESGLOSE DE LAS UNIDADES FORMATIVAS

Después se procedió a definir las competencias específicas que se derivan de las competencias genéricas o ejes formativos. Para ello se utilizó un cuadro como el anterior, en el que el eje horizontal contempla los ámbitos de desempeño del periodista, y el eje vertical, las competencias genéricas. Se agregó a la derecha otra columna para anotar el proyecto de ciclo que los estudiantes elaborarán, en función del ámbito correspondiente. Así, el primer ciclo el estudiante elaborará un proyecto relacionado con la mejora de la producción noticiosa en la actual sociedad de la información; en el segundo, un proyecto que tenga como propósito la mejora de los servicios informativos para las audiencias; en el tercero y cuarto ciclos, el proyecto buscará la mejora de la organización: en tercero, mediante la elaboración de un diagnóstico de la misma, y en cuarto, la propuesta de mejora con base en el citado diagnóstico.

En función de estos proyectos y con base en los ejes de formación, se definieron las competencias específicas necesarias para lograr el perfil de egreso, mismas que se fueron anotando en la celda correspondiente del cuadro de doble entrada.

A las competencias derivadas de las competencias genéricas se les llama indistintamente unidades de competencia, unidades de aprendizaje o unidades de formación. En este documento, para ser congruentes con el modelo de diseño curricular que se siguió, les llamaremos unidades de competencia.

El siguiente cuadro muestra la malla curricular resultante, con sus unidades de competencia por ciclo escolar:

Ámbitos	Investigación					
Ámbito de la producción noticiosa	Diseño y técnicas para la Investigación periodística	Contextualización de la investigación periodística	Producción multimedia	Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación	Ética y deontología del periodismo	Proyecto 1 Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información
Ámbito de los servicios informativos	Análisis de la percepción y necesidades de los consumidores de información periodística	Evaluación de los servicios informativos a las audiencias	Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de las audiencias	Escritura para nuevos medios y audiencias	Gestión y administración de audiencias y usuarios	Proyecto 2 Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias

Ámbito de la organización	Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio	Fundamentación legal de los medios en México	Diagnóstico de las formas de producción informativa	Innovación en la difusión informativa	Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio	Proyecto 3 Mejoramiento de la organización (diagnóstico)
Ámbito de la organización	Problematización de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos		Optimización de los procesos y espacios de producción informativa	Vinculación comercial e interinstitucional		Proyecto 4 Mejoramiento de la organización

4. CRITERIOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA

a) Requisitos de ingreso

- Experiencia profesional comprobable en el campo de la comunicación y el periodismo de por lo menos cinco años. Presentar constancias de trabajo y/o portafolio con evidencias de producciones periodísticas.
- Contar con al menos 25 años cumplidos.
- Certificado de preparatoria o equivalente. La Academia de Periodismo Digital, perteneciente al Centro de Formación en Periodismo Digital decidirá sobre casos particulares.
- Presentar currículum vitae.
- Demostrar la competencia de lecto-comprensión del idioma inglés (Nivel B1).
- Asistir a entrevista con miembros de la Academia de Periodismo Digital mencionada arriba.
- Presentar carta de exposición de motivos para cursar el programa a manera de autobiografía.

b) Requisitos de permanencia

Para el nivel de licenciatura, los límites de tiempo para estar inscrito en la universidad con los beneficios de todos los servicios educativos y extracurriculares, serán los que al respecto establezca la normatividad universitaria sobre el tema, pudiendo concluir sus estudios en lapsos iguales o menores a través de exámenes por competencias.

En cada ciclo de estudios, a petición expresa del alumno, se podrá autorizar la suspensión de los estudios hasta por un año lectivo (licencia), sin que se afecten los plazos previstos en el reglamento correspondiente. En casos excepcionales y plenamente justificados, se podrá ampliar dicha suspensión; en caso de una interrupción mayor de tres años, a su regreso el alumno deberá aprobar el examen global por competencias que se establezca.

El tiempo límite para el cumplimiento de la totalidad de los requisitos del ciclo educativo del programa, será el doble del tiempo establecido en el plan de estudios correspondiente, al término del cual se causará baja definitiva. No se considerará, dentro de este límite de tiempo, la presentación del examen profesional.

Asimismo, los alumnos que hayan suspendido sus estudios podrán reinscribirse, en caso de que los plazos no se hubieran extinguido; pero tendrán que sujetarse al plan de estudios vigente en la fecha de su reingreso.

c) Requisitos de egreso

El alumno se considerará egresado del Programa en *Periodismo* una vez que haya cursado y aprobado todas las unidades de competencia y haya acreditado el 100% de los créditos establecidos.

d) Requisitos de titulación

El egresado podrá obtener el título de Licenciado en Periodismo, de acuerdo con el Reglamento General, y lo establecido en el reglamento de titulación del Sistema de Universidad Virtual cuando haya cubierto todas las unidades de competencia del plan de estudios respectivo, realizando su servicio social y haya sido aprobado en el trabajo

receptonal por escrito y en el examen profesional, en su caso, de acuerdo con las normas que establece la normatividad universitaria.

e) Evaluación de los alumnos y obtención de créditos

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Evaluación de la Universidad de Guadalajara, se hará la aplicación de un examen teórico o práctico, o ambos, según el tipo de unidad de competencia, para validar que el estudiante cuenta con las competencias conforme a los criterios estipulados en la normatividad institucional vigente. Otra modalidad para aprobar la unidad de competencia es cursándola y cumpliendo con los requisitos que se establezca en los cursos.

f) Revalidaciones, equivalencias y acreditación de estudios

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Revalidaciones, Equivalencias y Acreditación de Estudios de la Universidad de Guadalajara, se aplicará un examen de competencia, a petición del alumno, para acreditar aquella o aquellas áreas del conocimiento en las que ya posea experiencia o deseé demostrar sus competencias, con la finalidad de diseñar su propia trayectoria para cursar el programa.

g) Servicio social

El estudiante, como requisito para su titulación, deberá haber realizado el servicio social considerando los siguientes criterios:

- Lo desempeñará en alguna organización que cubra los criterios determinados por la Universidad para la generalidad de sus programas.
- Se considerará servicio social la continuidad del estudiante en la ejecución de un proyecto o tarea profesional después de haber terminado el período exigido curricularmente y si no percibe remuneración por dicha práctica.
- El registro de tal actividad como servicio social deberá hacerse formalmente ante la Coordinación de Carrera siguiendo los lineamientos indicados para su cobertura.

El servicio social no contará con valor en créditos, ya que, como se menciona arriba, es un requisito institucional para la titulación.

h) Titulación

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Titulación de la Universidad de Guadalajara, y de manera específica, los requisitos de titulación de los alumnos:

- Contar con la aprobación de 306 créditos.
- Haber cumplido con el servicio social tal y como lo marca la normatividad.
- Presentar y aprobar dentro de la modalidad de titulación seleccionada el producto requerido por la misma.

La modalidad de estudio será en línea y con el apoyo de un asesor de forma permanente para la orientación de su aprendizaje.

Número mínimo de alumnos requeridos para abrir una promoción del programa:

Se atenderá un mínimo de 20 estudiantes y un máximo de 25 alumnos por sección, y se espera iniciar con un grupo máximo de 80 estudiantes divididos en las distintas secciones.

El mínimo se justifica, en el aspecto académico, para poder propiciar el trabajo colaborativo entre los participantes en la elaboración de los proyectos y desarrollo de actividades, y en el aspecto administrativo obedece a la recuperación adecuada del costo de inversión.

El máximo obedece a que en educación a distancia no es posible atender un número elevado de estudiantes, ya que se requiere una atención personalizada por parte de los asesores para evitar la deserción.

Duración del programa

El tiempo estimado para el estudio de esta nivelación es de cuatro semestres, en un periodo dos años como mínimo y un máximo de cuatro años. Se podrán hacer las

revalidaciones convenientes de acuerdo con el Reglamento General de Revalidaciones, Equivalencias y Acreditación de Estudios de la Universidad de Guadalajara.

Para la implementación de la Nivelación para la Licenciatura en Periodismo en modalidad a distancia se toman en cuenta aspectos académicos, tecnológicos y administrativos que permitan la adecuada ejecución del programa, además de facilitar y propiciar la flexibilidad de servicios que respondan de manera eficiente y pertinente a los estudiantes.

- a) La mediación pedagógica del programa se llevará a cabo a través de la plataforma digital Ambiente Virtual de Aprendizaje o de otra plataforma que la Coordinación de la Carrera decida, y la gestión académica, en la Dirección Académica del Sistema de Universidad Virtual.
- b) Los procesos de inscripción se llevarán a cabo mediante mecanismos digitalizados por medio de los cuales el estudiante esté en posibilidades de realizar los trámites a través de un sistema moderno y flexible, mediante la adecuación del sistema de información existente que permitirá realizar sus trámites vía Internet.
- c) La administración escolar del programa estará a cargo de la Coordinación de Control Escolar del Sistema de Universidad Virtual, a través de un módulo especial.
- d) Se implementarán bases de datos que se actualizarán regularmente, y se proporcionarán los siguientes servicios:
 - Información administrativa
 - Expedición de documentos oficiales
 - Pago de matrículas
 - Información académica
 - Trámites de titulación
 - Seguimiento de la trayectoria escolar de los estudiantes y de los egresados

e) Contratación de profesores

- Se contratará un asesor por cada 20 alumnos, de acuerdo con los lineamientos del SUV.
- Se contratará a un asesor por cada 10 alumnos para las materias correspondientes a los laboratorios de proyecto, de acuerdo con los lineamientos del SUV.
- Se tendrán apoyos de profesores de la red para la asesoría, previo acuerdo con los centros universitarios.
- Se contratarán profesionales para fortalecer el programa y garantizar la calidad:
 - Diseñadores de cursos
 - Asesores de asignaturas
 - Asesores externos para proyectos de investigación
 - Conferencistas
 - Evaluadores

5. PLAN DE EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN CURRICULAR

La evaluación, como uno de los momentos principales del proceso educativo, constituye para el SUV un eje que cruza todas sus demás acciones, dando cuenta de lo académico, lo administrativo, lo operativo y lo normativo.¹⁰

El modelo de evaluación del Sistema de Universidad Virtual concibe a éste como un objeto de estudio macro, con múltiples elementos y procesos particulares que deberán ser estudiados, y también con una gran variedad de relaciones bilaterales con los centros universitarios y organismos externos con los que establecerá trabajos de cooperación e intercambio. Se pretende que la evaluación no sólo dé cuenta del aprendizaje de los estudiantes, sino que abarque el desempeño del sistema respecto a la provisión de estructura y trayectorias para la gestión del conocimiento, su capacidad para conformar comunidades de aprendizaje y redes de conocimiento, así como la

¹⁰ Universidad de Guadalajara, "Evaluación y certificación. Propuesta para la creación del Sistema Virtual de la Universidad de Guadalajara", noviembre de 2004.

provisión de espacios, herramientas, insumos, clima para el óptimo manejo de la información, la producción, la interacción y la exhibición de lo producido.

El plan de evaluación de la nivelación del programa de la Nivelación para la Licenciatura en Periodismo identifica tres grandes categorías: lo académico, lo administrativo y lo relacionado con la infraestructura.

Respecto a lo académico, la evaluación abarcará:

- Plan de estudio
- Desempeño académico de profesores
- Perfiles de ingreso y egreso de estudiantes
- Proyectos realizados por los alumnos
- Aprendizaje de estudiantes
- Perfiles de profesores
- Proceso educativo (interacciones, utilización de materiales, asesoría, participación de estudiantes)
- Materiales educativos
- Recursos informativos
- Equipo de apoyo para procesos educativos

Respecto a lo administrativo, las variables a evaluar son las que se señalan enseguida, que deberán analizarse en vinculación estrecha con los procesos educativos que respaldan:

- Procesos de tramitación
- Atención a usuarios
- Promoción de oferta educativa
- Registro y control de estudios
- Venta de servicios

En lo que se refiere a la categoría de lo técnico y la infraestructura, se enuncia lo siguiente:

- Instalaciones
- Plataformas
- Equipo técnico e informático

El sistema de evaluación que se propone, como parte del modelo académico general, deberá basarse en los principios rectores del modelo de aprendizaje expresados ya en este documento; así, la autogestión, la significación, la creatividad y la participación, como puntos de llegada de los procesos educativos, definirán los criterios e indicadores de la evaluación.

La evaluación de la plataforma es un aspecto fundamental en la educación virtual, por lo que se hace énfasis en la necesidad de evaluar sus posibilidades de interacción con el objeto de estudio y con sus compañeros y asesores, así como su grado de amigabilidad.

El programa de nivelación realizará dos tipos de evaluación: interna y externa. La evaluación interna implica una evaluación institucional, donde se realizarán ejercicios de autoevaluación de mediano plazo (entre tres y cinco años) con base en los indicadores, las normas y las políticas institucionales, nacionales e internacionales y con la creación de comités internos creados por expertos en el campo.

La evaluación externa involucra una evaluación de pares a mediano plazo.

La instancia del SUV encargada del programa de evaluación descrita será la Coordinación de Evaluación.

6. RECURSOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA

6.1 Planta académica y perfil de los profesores

Para el Sistema de Universidad Virtual el docente es un facilitador del proceso de aprendizaje, que centra su atención en la persona que aprende y que transforma en

En lo que se refiere a la categoría de lo técnico y la infraestructura, se enuncia lo siguiente:

- Instalaciones
- Plataformas
- Equipo técnico e informático

El sistema de evaluación que se propone, como parte del modelo académico general, deberá basarse en los principios rectores del modelo de aprendizaje expresados ya en este documento; así, la autogestión, la significación, la creatividad y la participación, como puntos de llegada de los procesos educativos, definirán los criterios e indicadores de la evaluación.

La evaluación de la plataforma es un aspecto fundamental en la educación virtual, por lo que se hace énfasis en la necesidad de evaluar sus posibilidades de interacción con el objeto de estudio y con sus compañeros y asesores, así como su grado de amigabilidad.

El programa de nivelación realizará dos tipos de evaluación: interna y externa. La evaluación interna implica una evaluación institucional, donde se realizarán ejercicios de autoevaluación de mediano plazo (entre tres y cinco años) con base en los indicadores, las normas y las políticas institucionales, nacionales e internacionales y con la creación de comités internos creados por expertos en el campo.

La evaluación externa involucra una evaluación de pares a mediano plazo.

La instancia del SUV encargada del programa de evaluación descrita será la Coordinación de Evaluación.

6. RECURSOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA

6.1 Planta académica y perfil de los profesores

Para el Sistema de Universidad Virtual el docente es un facilitador del proceso de aprendizaje, que centra su atención en la persona que aprende y que transforma en

provisión de espacios, herramientas, insumos, clima para el óptimo manejo de la información, la producción, la interacción y la exhibición de lo producido.

El plan de evaluación de la nivelación del programa de la Nivelación para la Licenciatura en Periodismo identifica tres grandes categorías: lo académico, lo administrativo y lo relacionado con la infraestructura.

Respecto a lo académico, la evaluación abarcará:

- Plan de estudio
- Desempeño académico de profesores
- Perfiles de ingreso y egreso de estudiantes
- Proyectos realizados por los alumnos
- Aprendizaje de estudiantes
- Perfiles de profesores
- Proceso educativo (interacciones, utilización de materiales, asesoría, participación de estudiantes)
- Materiales educativos
- Recursos informativos
- Equipo de apoyo para procesos educativos

Respecto a lo administrativo, las variables a evaluar son las que se señalan enseguida, que deberán analizarse en vinculación estrecha con los procesos educativos que respaldan:

- Procesos de tramitación
- Atención a usuarios
- Promoción de oferta educativa
- Registro y control de estudios
- Venta de servicios

e) Contratación de profesores

- Se contratará un asesor por cada 20 alumnos, de acuerdo con los lineamientos del SUV.
- Se contratará a un asesor por cada 10 alumnos para las materias correspondientes a los laboratorios de proyecto, de acuerdo con los lineamientos del SUV.
- Se tendrán apoyos de profesores de la red para la asesoría, previo acuerdo con los centros universitarios.
- Se contratarán profesionales para fortalecer el programa y garantizar la calidad:
 - Diseñadores de cursos
 - Asesores de asignaturas
 - Asesores externos para proyectos de investigación
 - Conferencistas
 - Evaluadores

5. PLAN DE EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN CURRICULAR

La evaluación, como uno de los momentos principales del proceso educativo, constituye para el SUV un eje que cruza todas sus demás acciones, dando cuenta de lo académico, lo administrativo, lo operativo y lo normativo.¹⁰

El modelo de evaluación del Sistema de Universidad Virtual concibe a éste como un objeto de estudio macro, con múltiples elementos y procesos particulares que deberán ser estudiados, y también con una gran variedad de relaciones bilaterales con los centros universitarios y organismos externos con los que establecerá trabajos de cooperación e intercambio. Se pretende que la evaluación no sólo dé cuenta del aprendizaje de los estudiantes, sino que abarque el desempeño del sistema respecto a la provisión de estructura y trayectorias para la gestión del conocimiento, su capacidad para conformar comunidades de aprendizaje y redes de conocimiento, así como la

¹⁰ Universidad de Guadalajara. "Evaluación y certificación. Propuesta para la creación del Sistema Virtual de la Universidad de Guadalajara", noviembre de 2004.

revalidaciones convenientes de acuerdo con el Reglamento General de Revalidaciones, Equivalencias y Acreditación de Estudios de la Universidad de Guadalajara.

Para la implementación de la Nivelación para la Licenciatura en Periodismo en modalidad a distancia se toman en cuenta aspectos académicos, tecnológicos y administrativos que permitan la adecuada ejecución del programa, además de facilitar y propiciar la flexibilidad de servicios que respondan de manera eficiente y pertinente a los estudiantes.

- a) La mediación pedagógica del programa se llevará a cabo a través de la plataforma digital Ambiente Virtual de Aprendizaje o de otra plataforma que la Coordinación de la Carrera decida, y la gestión académica, en la Dirección Académica del Sistema de Universidad Virtual.
- b) Los procesos de inscripción se llevarán a cabo mediante mecanismos digitalizados por medio de los cuales el estudiante esté en posibilidades de realizar los trámites a través de un sistema moderno y flexible, mediante la adecuación del sistema de información existente que permitirá realizar sus trámites vía Internet.
- c) La administración escolar del programa estará a cargo de la Coordinación de Control Escolar del Sistema de Universidad Virtual, a través de un módulo especial.
- d) Se implementarán bases de datos que se actualizarán regularmente, y se proporcionarán los siguientes servicios:
 - Información administrativa
 - Expedición de documentos oficiales
 - Pago de matrículas
 - Información académica
 - Trámites de titulación
 - Seguimiento de la trayectoria escolar de los estudiantes y de los egresados

El servicio social no contará con valor en créditos, ya que, como se menciona arriba, es un requisito institucional para la titulación.

h) Titulación

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Titulación de la Universidad de Guadalajara, y de manera específica, los requisitos de titulación de los alumnos:

- Contar con la aprobación de 306 créditos.
- Haber cumplido con el servicio social tal y como lo marca la normatividad.
- Presentar y aprobar dentro de la modalidad de titulación seleccionada el producto requerido por la misma.

La modalidad de estudio será en línea y con el apoyo de un asesor de forma permanente para la orientación de su aprendizaje.

Número mínimo de alumnos requeridos para abrir una promoción del programa:

Se atenderá un mínimo de 20 estudiantes y un máximo de 25 alumnos por sección, y se espera iniciar con un grupo máximo de 80 estudiantes divididos en las distintas secciones.

El mínimo se justifica, en el aspecto académico, para poder propiciar el trabajo colaborativo entre los participantes en la elaboración de los proyectos y desarrollo de actividades, y en el aspecto administrativo obedece a la recuperación adecuada del costo de inversión.

El máximo obedece a que en educación a distancia no es posible atender un número elevado de estudiantes, ya que se requiere una atención personalizada por parte de los asesores para evitar la deserción.

Duración del programa

El tiempo estimado para el estudio de esta nivelación es de cuatro semestres, en un período dos años como mínimo y un máximo de cuatro años. Se podrán hacer las

recepional por escrito y en el examen profesional, en su caso, de acuerdo con las normas que establece la normatividad universitaria.

e) Evaluación de los alumnos y obtención de créditos

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Evaluación de la Universidad de Guadalajara, se hará la aplicación de un examen teórico o práctico, o ambos, según el tipo de unidad de competencia, para validar que el estudiante cuenta con las competencias conforme a los criterios estipulados en la normatividad institucional vigente. Otra modalidad para aprobar la unidad de competencia es cursándola y cumpliendo con los requisitos que se establezca en los cursos.

f) Revalidaciones, equivalencias y acreditación de estudios

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Revalidaciones, Equivalencias y Acreditación de Estudios de la Universidad de Guadalajara, se aplicará un examen de competencia, a petición del alumno, para acreditar aquella o aquellas áreas del conocimiento en las que ya posea experiencia o desee demostrar sus competencias, con la finalidad de diseñar su propia trayectoria para cursar el programa.

g) Servicio social

El estudiante, como requisito para su titulación, deberá haber realizado el servicio social considerando los siguientes criterios:

- Lo desempeñará en alguna organización que cubra los criterios determinados por la Universidad para la generalidad de sus programas.
- Se considerará servicio social la continuidad del estudiante en la ejecución de un proyecto o tarea profesional después de haber terminado el periodo exigido curricularmente y si no percibe remuneración por dicha práctica.
- El registro de tal actividad como servicio social deberá hacerse formalmente ante la Coordinación de Carrera siguiendo los lineamientos indicados para su cobertura.

b) Requisitos de permanencia

Para el nivel de licenciatura, los límites de tiempo para estar inscrito en la universidad con los beneficios de todos los servicios educativos y extracurriculares, serán los que al respecto establezca la normatividad universitaria sobre el tema, pudiendo concluir sus estudios en lapsos iguales o menores a través de exámenes por competencias.

En cada ciclo de estudios, a petición expresa del alumno, se podrá autorizar la suspensión de los estudios hasta por un año lectivo (licencia), sin que se afecten los plazos previstos en el reglamento correspondiente. En casos excepcionales y plenamente justificados, se podrá ampliar dicha suspensión; en caso de una interrupción mayor de tres años, a su regreso el alumno deberá aprobar el examen global por competencias que se establezca.

El tiempo límite para el cumplimiento de la totalidad de los requisitos del ciclo educativo del programa, será el doble del tiempo establecido en el plan de estudios correspondiente, al término del cual se causará baja definitiva. No se considerará, dentro de este límite de tiempo, la presentación del examen profesional.

Asimismo, los alumnos que hayan suspendido sus estudios podrán reinscribirse, en caso de que los plazos no se hubieran extinguido; pero tendrán que sujetarse al plan de estudios vigente en la fecha de su reingreso.

c) Requisitos de egreso

El alumno se considerará egresado del Programa en *Periodismo* una vez que haya cursado y aprobado todas las unidades de competencia y haya acreditado el 100% de los créditos establecidos.

d) Requisitos de titulación

El egresado podrá obtener el título de Licenciado en Periodismo, de acuerdo con el Reglamento General, y lo establecido en el reglamento de titulación del Sistema de Universidad Virtual cuando haya cubierto todas las unidades de competencia del plan de estudios respectivo, realizando su servicio social y haya sido aprobado en el trabajo

Ámbito de la organización	Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio	Fundamentación legal de los medios en México	Diagnóstico de las formas de producción informativa	Innovación en la difusión informativa	Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio	Proyecto 3 Mejoramiento de la organización (diagnóstico)
Ámbito de la organización	Problematización de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos		Optimización de los procesos y espacios de producción informativa	Vinculación comercial e interinstitucional		Proyecto 4 Mejoramiento de la organización

4. CRITERIOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA

a) Requisitos de Ingreso

- Experiencia profesional comprobable en el campo de la comunicación y el periodismo de por lo menos cinco años. Presentar constancias de trabajo y/o portafolio con evidencias de producciones periodísticas.
- Contar con al menos 25 años cumplidos.
- Certificado de preparatoria o equivalente. La Academia de Periodismo Digital, perteneciente al Centro de Formación en Periodismo Digital decidirá sobre casos particulares.
- Presentar currículo vitae.
- Demostrar la competencia de lecto-comprensión del idioma inglés (Nivel B1).
- Asistir a entrevista con miembros de la Academia de Periodismo Digital mencionada arriba.
- Presentar carta de exposición de motivos para cursar el programa a manera de autobiografía.

En función de estos proyectos y con base en los ejes de formación, se definieron las competencias específicas necesarias para lograr el perfil de egreso, mismas que se fueron anotando en la celda correspondiente del cuadro de doble entrada.

A las competencias derivadas de las competencias genéricas se les llama indistintamente unidades de competencia, unidades de aprendizaje o unidades de formación. En este documento, para ser congruentes con el modelo de diseño curricular que se siguió, les llamaremos unidades de competencia.

El siguiente cuadro muestra la malla curricular resultante, con sus unidades de competencia por ciclo escolar:

Ámbito de la producción noticiosa	Diseño y técnicas para la Investigación periodística	Contextualización de la investigación periodística	Producción multimedia	Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación	Ética y deontología del periodismo	Proyecto 1 Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información
Ámbito de los servicios informativos	Análisis de la percepción y necesidades de los consumidores de información periodística	Evaluación de los servicios informativos a las audiencias	Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de las audiencias	Escritura para nuevos medios y audiencias	Gestión y administración de audiencias y usuarios	Proyecto 2 Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias

Para identificar dichos ámbitos se pensó, primeramente, en objetos de estudio, tales como: la información, las herramientas tecnológicas, la calidad, el cooperativismo y la red de cobertura noticiosa. Sin embargo, dicha lógica de organización no convenció al equipo y se acordó finalmente que los ámbitos serían tres: la **producción noticiosa**, los **servicios informativos** y la **organización productora de dichos servicios**.

Enseguida se muestra un cuadro de doble entrada en el que aparecen las competencias genéricas y los ámbitos acordados:

Competencias genéricas	Investigación	Contextualización	Producción	Comunicación	Gestión
Ámbitos					
Producción noticiosa					
Servicios informativos					
Organización					

D) DESGLOSE DE LAS UNIDADES FORMATIVAS

Después se procedió a **definir las competencias específicas** que se derivan de las competencias genéricas o ejes formativos. Para ello se utilizó un cuadro como el anterior, en el que el eje horizontal contempla los ámbitos de desempeño del periodista, y el eje vertical, las competencias genéricas. Se agregó a la derecha otra columna para anotar el **proyecto de ciclo** que los estudiantes elaborarán, en función del ámbito correspondiente. Así, el primer ciclo el estudiante elaborará un proyecto relacionado con la mejora de la producción noticiosa en la actual sociedad de la información; en el segundo, un proyecto que tenga como propósito la mejora de los servicios informativos para las audiencias; en el tercero y cuarto ciclos, el proyecto buscará la mejora de la organización: en tercero, mediante la elaboración de un diagnóstico de la misma, y en cuarto, la propuesta de mejora con base en el citado diagnóstico.

Exceso de producción de información por diversos actores sin documentación, fundamentación	Formación de audiencias Procesamiento, organización de la información producida por las audiencias
Necesidades diversificadas frente a la información por parte de distintos tipos de usuarios	Gestión de servicios digitales de información personalizados
Falta de fundamentación, contrastación, investigación Falta de precisión en el reporteo	Investigación: gestión de información
Necesidad de diversificación de los temas de interés público Necesidad de denuncia de problemas o situaciones que requieren observación, escrutinio, movilización a la acción Falta de información para la toma de decisiones Confusión ante cantidad de información Incertidumbre Desorientación	Producción noticiosa Narrar Uso de manuales de estilo

Con base en la columna de líneas de intervención se elaboró el perfil de egreso que aparece en el apartado correspondiente de este documento. Para llevar a cabo las tareas explicitadas en dicho perfil de egreso, se definieron primeramente cinco grandes competencias o competencias genéricas: **contextualización, producción, investigación, gestión de la organización y gestión de comunidades.**

c) ÁMBITOS Y PROCESOS

Una vez reconocidas los tipos de saberes pertinentes para la intervención de la problemática descrita por el grupo de discusión, se procedió a identificar los ámbitos de ejercicio del periodismo.

- Falta de participación democrática

B) DEFINICIÓN DEL PERFIL DE EGRESO EN FUNCIÓN DE LA VISIÓN PROBLEMÁTICA

Como respuesta a la problemática identificada, se mencionaron conductas y prácticas adecuadas. El producto fue la siguiente tabla:

Problemática	Línea de intervención
Falta de medios de calidad	Gestión de la calidad
Falta de medios con responsabilidad social	Definición de políticas Organización Administración Procurar protección y seguridad del periodista
Centralismo en la información	Indagación y definición de agenda social
Dependencia de los medios a los poderes político, económico, religioso...	Independencia
Concentración de medios y falta de regulación	Emprendedurismo Creación de tercer sector Periodismo en línea
La información no se presenta para ser apropiada por la gente	Gestión de comunidades: ofrecimiento de productos con los que las comunidades se identifiquen
Falta de cultura informativa en la población	Planteamiento de reglas para los medios, promoción de regulaciones Promoción de las propuestas del usuario. Promoción de la producción de contenidos del usuario- por las propuestas locales/cercanas Provocación – Capacidad de propuesta de los temas para provocar al usuario

A continuación se explica el proceso de diseño en sus diferentes fases, considerando la formulación progresiva de los núcleos de formación tal y como se definieron por la discusión colegiada.

FASES Y PRODUCTOS DEL DISEÑO CURRICULAR

A) PROBLEMATIZACIÓN:

El grupo de discusión, con base en la lectura del diagnóstico, y retomando su experiencia en el campo del periodismo, elaboró el siguiente punteo de las problemáticas identificadas:

- Indefinición de las líneas editoriales
- Indefinición de las agendas noticiosas
- Faltan medios de calidad
- Mal periodismo regional, subordinado al poder político. Sobreviven por recibir dinero gubernamental, no por publicidad; se supeditan a dinero que el gobierno facilita
- Falta de independencia del medio
- Falta de agencias informativas
- Concentración de medios y falta de opciones informativas
- Sociedad desinformada o parcialmente informada
- Falta de posicionamiento de la información local como relevante
- Desconocimiento de las agenda ciudadanas
- Desconocimiento de las problemáticas de las ciudades pequeñas, aislamiento, falta de acceso a la agenda mediática
- Falta de visión global y conexión de lo regional en lo global
- Descontextualización de la información
- No hay sentido de apropiación de la información por parte de la sociedad
- La gente no gestiona su información
- Exceso de información
- Pocos lectores

Diseño del plan de estudios. El diseño del plan de estudios surgió del análisis de competencias orientado por los principios del aprendizaje del modelo del Sistema de Universidad Virtual: autogestión, creatividad, significación y participación. Esto permitió reconocer campos de formación, ejes y trayectorias, así como la definición de las cargas de trabajo y formas de acreditación.

El diseño del plan de estudios surgió del reconocimiento de campos problemáticos y de los correspondientes saberes requeridos para su intervención. El ejercicio inició perfilando al egresado en función de los rasgos del periodista en activo, en sus diferentes dimensiones: comunicativa, administrativa, investigativa, ética y legal. Esto permitió reconocer campos de formación, ejes y trayectorias, así como la definición de las cargas de trabajo y modos de acreditación.

Explicitación del modelo pedagógico. Se definieron las etapas de formación considerando un modelo basado en el desarrollo de proyectos. De modo que se definieron dos grandes etapas: la relativa a la investigación diagnóstica que culmina en la planeación de la propuesta, y la etapa de su gestión y evaluación de la misma. Se continuó con la caracterización de los elementos básicos del sistema formativo de soporte para las trayectorias definidas: modelos de docencia, de evaluación, de acreditación, de medios y tipos de materiales a utilizar. Así mismo se definió el tipo de soporte en el que se concretarán los apoyos académicos para el aprendizaje, la gestión de los ambientes de trabajo, en resumen, de los criterios para el manejo metodológico de las trayectorias formativas.

Explicitación de implicaciones administrativas. A partir de todas las operaciones metodológicas anteriores, se identificaron todas las operaciones económico-administrativas y legales que se requieren para soportar las trayectorias formativas.

Problematización-Contextualización: este proceso consistió en la identificación de problemáticas sociales a las cuales se pretendería dar respuesta con la oferta de un programa educativo como la Nivelación en Licenciatura en Periodismo. La problematización incluyó una recuperación histórica y la lectura de las condiciones que demostraron como posible y necesario el programa.

Estudios para la fundamentación. Se realizó un estudio de carácter diagnóstico (que se incluye en el Anexo 1 de este documento) y desde su lectura e interpretación se procedió a enlistar las características generales del programa y a definir el perfil de sus ingresantes y egresados. Para la determinación de los requerimientos actuales de un profesional en el campo del periodismo se tomó en cuenta el punto de vista de empleadores, profesores e investigadores de la UDG, profesionistas del campo del periodismo y posibles aspirantes a cursar el programa de nivelación (personas que trabajan en el ámbito periodístico pero que no cuentan con un título que avale sus competencias). Fue particularmente importante para el grupo el estudio de otros programas similares con modalidad tanto virtual como presencial.

Fundamentación filosófica y definición de los principios básicos de la propuesta educativa. La fundamentación filosófica del programa se integró retomando el modelo para la Innovación educativa propuesto por el SUV. Aplicando los principios básicos del modelo, se realizó el diseño curricular, cuyos resultados se presentan en el cuerpo de este documento. Se puede resumir en este punto que básicamente el modelo alude a tres componentes: principios sobre el aprendizaje, tipos de aprendizaje y modos de aprender, y que siendo estos elementos los ejes de la discusión, se reconocieron como ejes básicos para el armado de la propuesta curricular. Por otra parte, se procedió a determinar los valores y los paradigmas desde los cuales el egresado ejercerá su práctica profesional. Estos valores quedaron explicitados en el perfil de egreso.

NOMBRE DEL EXPERTO	CENTRO UNIVERSITARIO U ORGANIZACIÓN QUE REPRESENTA
Rosalía Orozco Murillo	Centro Universitario de la Ciénega
Héctor Farina Ojeda	Centro Universitario de la Ciénega
Claudia Contreras Navarro	Centro Universitario de la Ciénega/Periodista de Red Radio Universidad de Guadalajara
Rosa Eugenia García Gómez	Centro Universitario del Sur
Rosa Elena Richart Varela	Sistema de Universidad Virtual
María del Carmen Coronado Gallardo	Sistema de Universidad Virtual
María Elena Chan Núñez	Sistema de Universidad Virtual
Jade Ramírez	Periodista de Red Radio Universidad de Guadalajara
José Antonio Delgado Valdívila	Sistema de Universidad Virtual
Lorena Guevara	Experta externa

Es importante mencionar que en el trabajo de diseño curricular de la Nivelación se valoraron los procesos realizados en la creación y el rediseño de la Licenciatura en Periodismo, ofrecida por dos centros regionales de la Universidad de Guadalajara, lo que quedó manifestado en las discusiones sobre la problematización, la matriz curricular y el perfil de ingreso de la carrera, planteándose que este programa se diferenciaría del que ya se oferta en la universidad porque no pretende formar a nuevos periodistas, sino nivelar la experiencia de periodistas en activo. La evidencia sobre las reuniones de trabajo para el diseño curricular se anexan al presente proyecto con el nombre "Minutas de reuniones para el diseño del plan de estudios" (ver ANEXO 4).

El ejercicio de diseño curricular se organizó a través de los siguientes procesos:

Área de Formación Optativa Abierta					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Curso de Apoyo I	CT	15	60	75	6
Curso de Apoyo II	CT	15	60	75	6
Curso de Apoyo III	CT	15	60	75	6
Curso de Apoyo IV	CT	15	60	75	6
Totales		80	160	240	24

Tipo = Tipo de curso
 C= Curso
 CT= Curso Taller
 T= Taller
 H.T. = Horas Teoría
 H.P. = Horas Práctica

Los proyectos de ciclo tendrán los siguientes propósitos:

Proyecto 1: Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información

Proyecto 2: Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias

Proyecto 3: Mejoramiento de la organización -diagnóstico

Proyecto 4: Propuesta de mejoramiento de la organización

Los 30 créditos que se refieren a la experiencia en el campo profesional de la comunicación y el periodismo, se obtendrán presentando constancias de trabajo y/o portafolio con evidencias de producciones periodísticas de por lo menos cinco años.

3. METODOLOGÍA EMPLEADA EN LA CONSTRUCCIÓN CURRICULAR

3.1 Diseño del plan de estudios

Para el diseño curricular de la nivelación se formó un equipo de trabajo en el cual participaron expertos en periodismo y comunicación del Sistema de Universidad Virtual, del Centro Universitario de la Ciénega y del Centro Universitario del Sur, así como por otros profesionistas, externos a la UDG, que laboran en radio y periodismo impreso. Los nombres de quienes participaron son los siguientes:

Área de Formación Especializante Obligatoria	94	31 %
Área de Formación Optativa Abierta	12	4 %
Totales	306	100%

Área de Formación Básica Común					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Producción multimedia	CT	42	83	125	12
Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación	C	75	0	75	10
Análisis de la percepción y necesidades de los consumidores de información periodística	CT	42	83	125	12
Evaluación de los servicios informativos a las audiencias	CT	42	83	125	12
Fundamentación legal de los medios en México	CT	42	83	125	12
Vinculación comercial e interinstitucional	CT	42	83	125	12
Totales		285	415	700	70

Área de Formación Básica Particular					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Diseño y técnicas para la investigación periodística	CT	35	70	105	10
Contextualización de la investigación periodística	C	75	0	75	10
Ética y deontología del periodismo	C	75	0	75	10
Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de las audiencias	CT	35	70	105	10
Escritura para nuevos medios y plataformas	CT	42	83	125	12
Gestión y administración de audiencias y recursos	CT	42	83	125	12
Análisis de las funciones y políticas editoriales de los medios	CT	35	70	105	10
Diagnóstico de las formas de producción informativa	CT	42	83	125	12
Innovación en la difusión informativa	CT	35	70	105	10
Análisis de las funciones y políticas organizacionales administrativas del medio	CT	35	70	105	10
Problematización de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos	CT	42	83	125	12
Optimización de los procesos y espacios de producción informativa	CT	42	83	125	12
Totales		595	766	1300	130

Área de Formación Especializante Obligatoria					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Proyecto 1	CT	72	83	155	16
Proyecto 2	CT	72	83	155	16
Proyecto 3	CT	72	83	155	16
Proyecto 4	CT	72	83	155	16
Experiencia profesional en el campo de la comunicación y el periodismo					30
Totales		288	332	620	94

2.3 Estructura del plan de estudios

Atributos del programa de la licenciatura propuesta

Se pueden considerar los siguientes rasgos como definitorios del programa de Nivelación de la Licenciatura en Periodismo:

- Se trata de un programa diseñado para ser cursado a distancia con un soporte educativo en línea y con acompañamiento de un asesor.
- El programa está estructurado por ejes de formación integrados en función de las siguientes competencias genéricas: investigación, contextualización, producción, comunicación y gestión.
- La naturaleza del diseño de la licenciatura implica que se establezcan acuerdos con instituciones en donde se desenvuelve el profesional del periodismo, a fin de que pueda realizar proyectos, prácticas o tareas que le son asignadas en los cursos.
- El *currículum* está organizado para que cada ciclo se lleve a cabo un proyecto integrador en donde se manifiesten las competencias establecidas en las asignaturas de la trayectoria que el estudiante haya elegido.
- El *currículum* requiere, por la razón arriba expuesta, un fuerte trabajo para cada participante en el programa, y a su vez la constante práctica del trabajo en equipo y la colaboración, como elementos intrínsecos de las competencias de la licenciatura.
- El programa se administra por créditos, y éstos están calculados en función de la carga horaria destinada a la ejecución de los diversos tipos de tareas: estudio independiente, indagaciones, producciones, prácticas y actividades colaborativas.

2.4 Plan de estudios

Nivelación de Licenciatura en Periodismo

Áreas de Formación	Créditos	Porcentaje
Área de Formación Básica Común	70	23 %
Área de Formación Básica Particular	130	42 %

- Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.
- Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.
- Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.
- Actitud de liderazgo para gestionar, emprender y administrar su propia empresa informativa.

Campos o áreas de desempeño profesional

- **Campo de la producción y comunicación periodísticas.** En la generación de productos informativos de calidad y desarrollando e implementando estrategias para la mejora y la digitalización de procesos de producción y difusión de información en organizaciones de medios públicas y privadas.
- **Campo de los servicios informativos a la sociedad.** Evaluando y diagnosticando procesos y servicios de difusión de información para la sociedad. Generando proyectos para mejorar y satisfacer las necesidades de comunicación de las audiencias y usuarios de productos y servicios informativos de un medio de comunicación.
- **Campo o área editorial y administrativa de la organización editorial.** Evaluando e implementando estrategias para la mejora y optimización de los procesos y espacios editoriales, administrativos y comerciales de las empresas informativas.
- **Campo particular.** Generando, gestionando y administrando su propio medio informativo.

- Actitud de servicio y compromiso social para mejorar el entorno a través de un trabajo profesional y ético.
- Capacidad para redactar de forma clara y precisa.
- Poseer conocimientos básicos en computación y navegación en Internet.
- Capacidad de autogestión en la búsqueda de información y la organización del tiempo de dedicación al programa de nivelación.

Perfil de egreso

Al cursar el programa de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo los egresados tendrán el siguiente perfil:

- Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística.
- Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.
- Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo.
- Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.
- Habilidad para planear y generar productos informativos en ambientes virtuales a través del uso de herramientas, tecnologías, aplicaciones y plataformas digitales.
- Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

OBJETIVOS PARTICULARES

1. Desarrollar capacidades y habilidades para la planeación, producción y difusión de productos periodísticos de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
2. Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.
3. Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos, estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y áreas de producción y comunicación de información en organizaciones de medios de los ámbitos público y privado.
4. Ampliar las capacidades para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando aplicaciones, tecnologías y herramientas de la información y la comunicación.
5. Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

2.2 Perfiles de ingreso y egreso

Perfil de ingreso

El aspirante a ingresar a la nivelación deberá contar con los siguientes conocimientos, capacidades y habilidades:

- Capacidad para identificar fenómenos y problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información.
- Habilidad para el trabajo colaborativo y en red.
- Capacidad para innovar, producir conocimientos y alcanzar metas y resultados en el campo del periodismo y la comunicación.

educativa que atenderá a personas que trabajan y desean combinar esa actividad con el estudio.

La Universidad de Guadalajara tiene convenios de colaboración con centros e instituciones nacionales e internacionales que se especializan en la formación de periodistas y comunicadores, tales como el Centro Internacional para Periodistas (International Center For Journalists) y la Universidad Pontificia Bolivariana, por lo que se podrán establecer redes de colaboración académica para trabajar en laboratorios virtuales o remotos, en la codirección de proyectos, intercambio de profesores y expertos disciplinares y en investigaciones de fenómenos enfocados en el periodismo. Como ejemplo se anexan al presente proyecto los dos convenios firmados entre la Universidad de Guadalajara y el Centro Internacional para Periodistas (ver ANEXO 5).

Como institución académica comprometida con la formación superior, la investigación de calidad, la formación académica y la profesionalización de perfiles laborales que requiere el entorno social, la Universidad de Guadalajara propone abrir la **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**, primera en su tipo en México y América Latina.

Al abrir un programa de pregrado que busca nivelar y profesionalizar la formación académica de los periodistas y comunicadores, la Universidad de Guadalajara cumplirá con una de las metas planteadas en el Plan de Desarrollo Institucional en la línea estratégica de Formación y Docencia.

2. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR

2.1 Objetivos del programa

OBJETIVO GENERAL

La **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** es un programa en línea para certificar, acreditar y nivelar la experiencia y formación de los periodistas y comunicadores que no cuenten con estudios superiores en periodismo o que no tengan el título de licenciatura en ese campo profesional.

- El cambio constante de las tecnologías disponibles y su evolución, hace que siempre estén identificadas como “nuevas tecnologías”, y se aplique el adjetivo “nuevas” a las tecnologías de información y comunicación, que son las que están caracterizando los modos de producción de conocimiento en la era postindustrial. La deslocalización de las nuevas tecnologías, su extraterritorialidad y ubicuidad, colocan al campo como necesario de tratamiento desde ópticas multidisciplinarias, inter-institucionales e internacionales, atributos que colocan a la modalidad a distancia como la mejor estrategia para la conformación de redes de formación e investigación.
- Todos los programas educativos ofrecidos en ambientes virtuales de aprendizaje, por el Sistema de Universidad Virtual tienen un alto componente de innovación de las prácticas por la introducción de dos elementos: por una parte la sistematización informativa propia de la práctica profesional y la gestión del conocimiento con uso de tecnologías de información y comunicación; y como segundo elemento la formación basada en la gestión de proyectos. Ambas características se explican a detalle en el apartado relativo al modelo curricular en este mismo documento.
- Surgen ante la observación de demanda explícita de una población ya definida en sus intereses de formación, a través de programas formales y de educación continua en la propia universidad, así como de los agentes implicados en el desarrollo de esos programas formativos, provenientes de diversas organizaciones y universidades.
- La operación es totalmente en línea a través de diversos dispositivos tecnológicos para apoyar el estudio independiente, el seguimiento de proyectos, la asesoría y la colaboración entre pares.

Los programas de pregrado que se ofertan en la modalidad a distancia son reconocidos por la Secretaría de Educación Pública como espacios académicos “privilegiados para ampliar los horizontes de la educación”. En ese sentido el programa de **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** responde a una necesidad social porque es una opción

El SUV ofrece actualmente seis programas de pregrado y uno de educación media superior en la modalidad a distancia bajo el sistema de créditos. El estudiante, en nuestro modelo académico, es el centro del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los programas educativos diseñados en la modalidad a distancia tienen en común y como ventajas competitivas:

- Su diseño y oferta en vinculación con organizaciones o grupos del sector productivo o a través de redes de formación e investigación: la modalidad a distancia y la formación en ambientes virtuales suele ser una respuesta pertinente y factible para atender a poblaciones con necesidades de formación que no suelen ser atendidas por la oferta educativa convencional y escolarizada. Así mismo los entornos virtuales facilitan el trabajo de las redes de formación e investigación independientemente de la ubicación geográfica de sus integrantes.
- Esta tendencia a la conformación de redes de formación aprovechando la potencialidad de los entornos virtuales, ayuda a consolidar la vinculación entre universidad y sector productivo tan requerida y buscada a través de diversas estrategias. En el caso de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo, el campo de conocimiento es idóneo para impartirse en un ambiente de aprendizaje virtual, pues su modelo académico se enfoca en la gestión del conocimiento y el aprendizaje en ambientes virtuales, articulándose dentro de la problemática que supone el desarrollo y evolución de las TIC y la transformación del periodismo y del campo de las Ciencias de la Comunicación.
- Otra característica común de los programas en línea es que basan su aprendizaje en problemáticas que requieren de un marco de contextualización local-global, demostrando una ventaja formativa en la integración de grupos compuestos por personas ubicadas en distintas regiones, como parte de una estrategia para incidir en el reconocimiento de parámetros y formas de actuación que definan un campo profesional emergente.

capacitado y profesionalizado a periodistas, comunicadores y académicos de México y de otros 24 países.

Hasta marzo del 2011, 500 profesionales tomaron cursos para aprender a crear páginas web y producir contenidos con herramientas y recursos multimedia, entre otros. La mayoría de los cursos se ha impartido en modalidad a distancia y mixta.

A lo largo de tres años que tiene en funcionamiento el Centro de Formación en Periodismo Digital, el SUV ha logrado integrar una red de expertos formadores en periodismo digital, entre quienes se encuentran Sandra Crucianelli, Esther Vargas, Stecey Pastor, James Breiner, Fidel Romero Álvarez, Gabriel Orihuela, Jorge Luis Sierra y otros más, que aunque no son profesores de tiempo completo en la Universidad de Guadalajara, serán invitados a impartir cursos de apoyo o especializados.

Si a lo anterior sumamos la experiencia y la planta de investigadores y académicos especializados en el campo de la comunicación con los que cuenta la Universidad de Guadalajara, entre quienes se encuentran María Elena Hernández Ramírez, Rosalía Orozco Murillo, Armando Zacarías Castillo, Rodrigo González Reyes, Pablo Arredondo, Guillermo Orozco, Enrique Sánchez Ruíz, Francisco Acevéz, Francisco Hernández, y Héctor Farina Ojeda, entre otros, veremos que la fortaleza académica de la institución es amplia y pertinente para abrir un programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo en la modalidad a distancia o en línea.

La oferta educativa en ambientes virtuales de aprendizaje o en la modalidad a distancia se ha caracterizado por su alta flexibilidad, ya que atiende a personas con necesidades de profesionalización y formación que requieren de una oferta educativa posible de ser cursada sin abandono del trabajo.

En el caso del periodismo y la comunicación, el ámbito laboral se convierte en fuente principal de la formación, ya que la práctica es requerida, y las problemáticas reales constituyen los objetos de intervención del currículum, de ahí que la Nivelación de Licenciatura en Periodismo se haya diseñado para ser ofertada en la modalidad a distancia.

Otro posgrado que oferta la Universidad de Guadalajara es la Maestría en Comunicación, adscrita al Departamento de Estudios de la Comunicación Social, uno de los centros de investigación con más producción académica de calidad en ese campo del conocimiento a nivel nacional e internacional.

En cuanto a la producción académica en el campo de la comunicación, Fuentes Navarro (2011) presenta un análisis y sistematización de los productos de investigación registrados en la base de datos del sitio Documentación en Ciencias de la Comunicación (ccdoc). En la siguiente gráfica puede apreciarse de forma comparativa el desarrollo evolutivo que ha tenido la producción académica en ese campo.

Cuadro n. 1: Productos publicados de la investigación de la Comunicación en, por formato y lustro, 1960-2009 (ccdoc)

Lustro	Libros	Capítulos	Artículos	Total
1960-1964	0	0	2	2 (0.0%)
1965-1969	11	1	1	13 (0.3%)
1970-1974	15	0	34	49 (1.1%)
1975-1979	44	7	121	172 (3.8%)
1980-1984	117	38	173	328 (7.3%)
1985-1989	102	136	239	477 (10.7%)
1990-1994	114	199	419	732 (16.4%)
1995-1999	103	267	531	901 (20.2%)
2000-2004	134	453	480	1067 (23.9%)
2005-2009	78	263	388	729 (16.3%)
Totales	718 (16.1%)	1364 (30.5%)	2388 (53.4%)	4470 (100%)

Aquí cabe señalar que de acuerdo con datos que proporciona el mismo autor, la Universidad de Guadalajara es la tercera institución con más producción académica en el campo de la comunicación, la primera es la UNAM y le sigue la UAM.

Desde el 2008 el Sistema de Universidad Virtual a través del Centro de Formación en Periodismo Digital ha ofrecido educación continua en materia de gestión, conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías en el ámbito periodístico. Se ha

Los autores explican también que según datos de la *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo* que realizan la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) a través de su Observatorio Laboral, para el año 2008 había 135 mil profesionales de comunicación con empleo. Ello significó un incremento de 12 mil empleos con respecto al año 2007.

En América Latina, sólo dos universidades ofrecen programas de nivelación, uno es la Universidad de la Plata, en Argentina; y la otra es la Universidad de San Carlos, en Guatemala. Ambos programas son escolarizados, el segundo se ofrece incluso como un curso propedéutico para nivelar a los aspirantes a cursar la Licenciatura en Periodismo. Esto quiere decir que el programa que propone el Sistema de Universidad Virtual, podría tener también una alta demanda a nivel internacional.

En cuanto a la cantidad de posgrados del campo de la Comunicación en México Fuentes Navarro (2011) señala que existen cincuenta programas, de los cuales sólo ocho han alcanzado la acreditación oficial “de calidad” académica, y únicamente cinco se consideran “consolidados”.

Los programas de posgrado incluidos en el Padrón Nacional de Posgrado de Calidad (PNPC) del CONACYT se enfocan a la investigación de fenómenos de la comunicación desde perspectivas socio-culturales. Dos de ellos están en Jalisco (UdeG e ITESO). Ningún posgrado de calidad se especializa en periodismo.⁹

La Universidad de Guadalajara cuenta actualmente con dos programas de pregrado en el campo de la comunicación: la Licenciatura en Comunicación Pública, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH); y la Licenciatura en Periodismo, que se oferta en dos centros universitarios regionales (Cuciénega y Cusur).

El 21 de octubre de 2011, el Consejo General Universitario de la Universidad de Guadalajara aprobó el dictamen de creación de la Maestría en Periodismo Digital, programa de posgrado profesionalizante en la modalidad a distancia que se ofertará en el Sistema de Universidad Virtual (SUV) e iniciará cursos en el 2012.

⁹ Para detalles sobre el tema consultar la página web del Padrón Nacional de Posgrado de Calidad: http://www.uson.mx/avisos/padron_nacional_de_posgrado.pdf

(ANUIES), hay 462 programas de Comunicación y sus subespecialidades; de esos, más de 40 se especializan en la formación profesional del periodismo⁸.

De acuerdo con datos de la ANUIES la distribución de programas de Comunicación atiende a la siguiente proporción: Centro (34.40%); Centro Occidente (19.50%); Sureste (17.90); Noreste (17.20%); Noroeste (11%).

Si consideramos los datos de la ANUIES, a nivel nacional la carrera de comunicación se ofrece en más de 45 especializaciones, muchas de ellas tienen una orientación formativa en ingeniería para el desarrollo de tecnologías y no con fines de comunicación periodística.

En México no existe hasta la fecha ningún programa académico escolarizado ni en modalidad a distancia que ofrezca nivelar los conocimientos, habilidades y competencias de comunicadores y periodistas, ofreciéndoles optar por un grado de licenciatura; de ahí que la oferta del programa **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** sea pertinente y necesario en el contexto nacional.

Cabe señalar que en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, con sede en el Distrito Federal, se ofrece la acreditación o equivalencia a la Licenciatura en Periodismo mediante un "Examen General de Conocimientos". Esta acreditación se oferta con base en el Acuerdo No. 286 de la Secretaría de Educación Pública; está dirigida a personas que han adquirido mediante una forma autodidacta o por medio de la experiencia laboral las habilidades propias de la profesión del periodismo, pero no ofrece ningún tipo de formación ni profesionalización a los periodistas.

M.A. Rebeil y J. Hidalgo (2009) señalan que la Secretaría de Educación Pública registró en el ciclo (2006-2007), un total de 72,224 estudiantes inscritos en programas afines a la comunicación; y que en ese mismo periodo egresaron 11,974 estudiantes.

⁸ María Antonieta Rebeil coordinó el estudio en México y fue financiado por la UNESCO y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Resultados disponibles en línea en la página: <http://www.felafacs.org/unesco/>
El *Catálogo de Carreras de Licenciatura en Universidades e Institutos Tecnológicos (2007)*, editado por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) también está en línea: http://www.anui.es.mx/servicios/c_licenciatura/index2.php

El grupo objetivo al que está dirigida la nivelación está conformado principalmente por periodistas y comunicadores con experiencia que por diferentes razones no tienen el grado de Licenciatura en Periodismo. Entre ellos se encuentran quienes no pudieron terminar su carrera, estudiaron especialidades ajenas a la comunicación o simplemente desean actualizar y nivelar sus conocimientos, habilidades y competencias en el campo del periodismo.

El escritor colombiano Premio Nobel de Literatura, Gabriel García Márquez, y quien fuera en su juventud periodista, asegura que en las carreras de comunicación y periodismo se deben reforzar las áreas técnicas básicas como narración y la investigación periodística; y que siempre se debe considerar la ética. El diseño curricular de la nivelación se ancla precisamente en las competencias genéricas de la investigación y el análisis y da un peso importante a la dimensión ética de la profesión; aunque también está enfocada a reforzar las habilidades para la evaluación y diagnóstico de sistemas y procesos informativos.

Debido a todo lo anteriormente expuesto, se considera que la propuesta de crear en la Universidad de Guadalajara la **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**, en la modalidad a distancia, es pertinente y necesaria en el contexto social actual, ya que ofrecerá un espacio académico accesible para que los periodistas y comunicadores que deseen nivelar, actualizar y profesionalizar su formación, puedan hacerlo sin verse obligados a abandonar su trabajo.

1.2 Aspecto institucional

En el año 2010 se cumplieron 50 años de la existencia de programas académicos dedicados al estudio de la Comunicación y el periodismo en México.

En el estudio *Mapa de los Centros y Programas de Formación de Comunicadores y Periodistas en América Latina y el Caribe* (Unesco- Felafacs, 2009), en el capítulo correspondiente a México, se señala que de acuerdo con datos del periodo 2006-2007 de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior

Internet. Hasta ahora, salvo algunas excepciones, la educación formal y presencial no ha logrado integrar todos los conocimientos y habilidades que le permitirían a los egresados desempeñarse de manera plena en el mundo digital”, (2009, p. 14).

En una entrevista online difundida en el sitio web de Universia, Franco asegura que en la actualidad es necesario formar periodistas con mentalidad de emprendedores y no con mentalidad de empleados. Además, dice “el mercado laboral para medios en Internet es monstruoso”, pues hay necesidad de empresas privadas, organizaciones sociales e instituciones públicas de contratar expertos profesionales en periodismo que sepan cómo producir, gestionar y difundir información en línea o a través de Internet⁷.

Atendiendo al contexto social descrito y a las necesidades de formación y profesionalización de periodistas y comunicadores que no cuentan con el grado de licenciatura en la especialidad del periodismo, la Universidad de Guadalajara a través del Sistema de Universidad Virtual propone crear el programa académico **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**.

La pertinencia de ofertar el programa académico **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** se sustenta tanto en los resultados sobre las necesidades de formación de periodistas y comunicadores arrojados en los estudios antes citados, así como en el contexto social descrito sobre la gran cantidad de medios que existen en el país, donde hay cientos de “periodistas” formados empíricamente, con carreras trunca o sin una formación universitaria en el campo de la comunicación y el periodismo; esto debido a que durante muchos años para ejercer en esa área los medios de comunicación no exigían el título.

Además, hay que considerar que existe un porcentaje alto de periodistas y comunicadores del sector público y privado, que aunque tienen el grado de licenciatura, estudiaron otras carreras que no son afines al campo de la comunicación, por lo que podrían estar interesados en obtener el título de Licenciatura en Periodismo.

⁷ Entrevista en video difundida en la página: <http://formacion-peru.universiablogs.net/tag/guillermo-franco/> (consultada el 15 de marzo de 2010).

por ciento no se ha titulado. Si consideramos que muchos de los que dijeron que sí tenían el grado no estudiaron carreras afines al área de la comunicación, y que los consultados viven en zonas urbanas, tenemos que la demanda social del programa **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** puede ser muy alta, pues en las ciudades pequeñas es altamente probable que quienes trabajan como periodistas cuenten sólo con preparatoria y que no hayan cursado estudios profesionales.

Otro estudio que revela cuáles son los requerimientos de capacitación y profesionalización entre periodistas de la región es *Necesidades de Formación para Medios Digitales en América Latina*, coordinado por Guillermo Franco en el 2009. En él se recabaron opiniones de 588 profesionales de la comunicación que trabajaban en 43 diferentes organizaciones de radio, televisión, prensa escrita, blogs, instituciones gubernamentales, universidades y centros de investigación. México fue el segundo país con más participantes en el estudio, después de Colombia⁵.

De los entrevistados solo el 34.6% había tomado cursos cortos relacionados con el periodismo digital; el resto 65.4% aprendieron a usar la web de manera autodidacta.

Los datos que arrojó la investigación de Guillermo Franco revelan que la mayor necesidad de formación para los periodistas es aprender a crear productos multimedia (26%), le siguen cómo escribir para Internet (22%) y en tercer lugar está aprender a administrar y gestionar comunidades y usuarios de Internet (11%).⁶

Emprender y administrar una empresa informativa en Internet, también es un tema de interés para los periodistas, aunque siguen siendo necesidades apremiantes de formación profesional, aquéllas que tienen que ver con aprender a redactar correctamente y resolver dilemas éticos. Todas estas habilidades están consideradas en el programa de **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**.

Una de las conclusiones a las que llega Guillermo Franco en su estudio es que América Latina "pide a gritos una buena formación en periodismo y particularmente en periodismo digital. La respuesta para que esta oferta sea masiva y de alto alcance es

⁵ El estudio fue financiado por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Versión digital disponible en la página: http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/AECID/Documentos_AECID/fnpi_sondeo-1.pdf

⁶ Ver detalles en la página: http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=124673&sid=26

Conscientes de que en nuestro país existe una alta concentración de los sistemas de medios de comunicación, uno de los retos más grandes que tienen las universidades que ofertan programas educativos de periodismo y comunicación es dotar a sus alumnos de las competencias que les permitan generar plataformas noticiosas donde difundan información de calidad.

De acuerdo con el *Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo* llevado a cabo por el Sistema de Universidad Virtual y que se aplicó a 45 periodistas y cinco directivos de distintas organizaciones de medios de la Zona Metropolitana de Guadalajara y del Distrito Federal.

Resultados relevantes del estudio en mención muestran que un alto porcentaje de periodistas y directivos de medios creen que se puede ser periodista en México sin estudiar formalmente una carrera profesional en periodismo o comunicación, sin embargo el 50 por ciento de los entrevistados cree que son mejor pagados los periodistas que saben utilizar las tecnologías de la información y que se capacitan o actualizan de forma permanente.⁴

En cuanto a las necesidades de profesionalización, los intereses de los periodistas consultados se centran en el uso de herramientas digitales y plataformas tecnológicas para la difusión y producción de información, así como en el manejo de habilidades y competencias para la redacción de contenidos para Internet. Además, los cinco directivos de medios mencionaron que dos de las habilidades más importantes que buscan al contratar periodistas son la capacidad de análisis y de investigación.

Otro dato importante que revela el estudio y que nos indica la pertinencia de crear el programa educativo Nivelación de Licenciatura en Periodismo es el resultado obtenido a través de la pregunta que se hizo a los directivos: ¿Qué tan importante es para su medio que el personal que no tenga licenciatura la curse? Más del 60 por ciento lo considera muy importante o algo importante.

En cuanto a los niveles de estudio es importante mencionar que de los 45 periodistas entrevistados, se observa que el 12 por ciento no ha concluido la licenciatura y el 21.4.

⁴ Ver resultados generales del *Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo*. Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara. Agosto de 2011. ANEXO 1

general². En Jalisco están registrados ante la Secretaría de Gobernación 21 medios impresos³.

En el caso de los medios electrónicos, según datos de la organización Nuestros Medios, en el año 2009 existían en México 461 canales de televisión y 820 estaciones de radio con permiso para operar.

Las cadenas de Televisión dominantes son Televisa (con 257 canales) y TV Azteca (con 180 canales). Otros canales importantes del sector y que producen información de interés general son Milenio Televisión, Proyecto 40, Efecto TV, Canal 22 y Canal Once, los dos últimos se financian con recursos públicos.

En el caso de la radiodifusión, doce cadenas se reparten las 820 estaciones de radio. Las más importantes a nivel nacional y que dominan el espectro radioeléctrico son: Radio Fórmula, Grupo Acir, MVS Radio, Televisa Radio y Radiorama. Cada una de ellas produce programas noticiosos que difunden información a través de sus estaciones e Internet.

Además, más de la mitad de los estados de la república cuentan con sistemas de comunicación en radio y televisión, mismos que tienen páginas web donde se difunde información.

En la Zona Metropolitana de Guadalajara existen 15 grupos de radio que operan 50 estaciones radiofónicas. Los más importantes son Unidifusión, Radiorama de Occidente, Promomedios y Grupo Acir. El primero tiene la que se considera la primera agencia informativa de radio en México: Notisistema, que reproduce sus noticieros en 16 estaciones de Jalisco, nueve de la Zona Metropolitana de Guadalajara y siete en otros estados.

En la capital de Jalisco operan también dos estaciones de radio que son sostenidas con recursos públicos: Radio Universidad de Guadalajara (con ocho estaciones en red en distintas regiones del estado) y el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión.

² *Padrón de Medios Impresos*. Información disponible en la página web de la Secretaría de Gobernación: <http://www.gobernacion.gob.mx/PNMI/> (consultada el 19 mayo de 2011).

³ *Padrón de Medios Impresos*. Información disponible en la página web de la Secretaría de Gobernación: http://www.gobernacion.gob.mx/PNMI/PNMP_consulta2.php (consultada el 19 de mayo de 2011).

lo que incluye ver videos y escuchar noticias en audio¹.

Debido al aumento de la penetración de Internet en el país, se proyecta que cada vez serán más las personas que accederán o buscarán información periodística a través de plataformas móviles y de dispositivos que distribuyen información a través de la web.

Las tendencias a nivel internacional poco a poco permean la realidad laboral del país y vuelven imperante la necesidad de profesionalizar, actualizar y nivelar los conocimientos, habilidades y competencias profesionales de quienes ejercen profesionalmente actividades en el campo de la comunicación y el periodismo.

El entorno social actual demanda que los periodistas tengan un dominio más amplio de competencias relacionadas con el uso y la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación, pero además se vuelve necesario que estos profesionales dominen competencias relacionadas con la contextualización, la investigación y el análisis de problemáticas y fenómenos sociales contemporáneos.

En un contexto donde convergen tecnología y medios de comunicación y donde se establecen nuevos modelos productivos en las empresas de información, es de suma importancia actualizar, nivelar y adaptar a las necesidades sociales los perfiles profesionales, dando énfasis a un mayor uso, dominio y conocimiento de plataformas y aplicaciones tecnológicas, pero sobre todo, poniendo énfasis en el desarrollo de competencias para el análisis, la investigación e innovación en el campo de la comunicación.

México enfrenta un proceso de transición democrática marcado por logros y problemas sociales y económicos. Uno de los pilares fundamentales para consolidar y ampliar una cultura democrática tiene que ver con la calidad de la información que se genera y se difunde a través de distintos medios y plataformas informativas.

Según datos del *Padrón de Medios Impresos*, de la Secretaría de Gobernación, en México existen 848 periódicos y revistas que se dedican a producir noticias de interés

¹ Datos extraídos del reporte del año 2011 de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Documento disponible en línea en la página: <http://www.amipci.org.mx/estudios> (consultado el 15 de mayo de 2011).

1. FUNDAMENTACIÓN DEL PROGRAMA

1.1 Aspecto social

En los últimos años las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han transformado prácticamente todos los ámbitos de la vida social, afectando de forma particular los procesos relacionados con la producción, distribución y comunicación de información.

Los cambios tecnológicos han impulsado el surgimiento de nuevos medios y la adaptación de medios tradicionales a las necesidades que impone el contexto social en la era digital, donde confluyen tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana.

El uso y penetración de Internet en las sociedades contemporáneas ha dado como resultado el surgimiento de nuevos medios exclusivamente digitales, lo cual tiene un papel transformador al posibilitar y multiplicar las opciones y capacidades comunicativas, dando pie a más flujos de datos y de información.

Alrededor del mundo, los dueños de los medios, los comunicadores y los periodistas han visto llegar nuevas herramientas, aplicaciones y plataformas tecnológicas que les permiten producir, gestionar y difundir información.

El impacto que ha tenido Internet y las TIC en la producción y comunicación de contenidos ha ocasionado que las empresas de medios incorporen a sus redacciones o espacios editoriales nuevas áreas de producción de periodismo digital y multimedia, lo que ha traído consigo la demanda social de un profesional más especializado y mejor capacitado en esas áreas de la comunicación.

Según datos del estudio *Hábitos de los usuarios de Internet en México*, en marzo de 2011 había en el país 34.9 millones de usuarios de Internet; y la principal actividad relacionada con los medios de comunicación es consultar o leer el periódico en línea,

CONTENIDO

1. FUNDAMENTACIÓN DEL PROGRAMA	3
1.1 Aspecto social	3
1.2 Aspecto Institucional	9
2. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR	16
2.1 Objetivos del programa	16
2.2 Perfiles de ingreso y egreso.....	17
2.3 Estructura del plan de estudios	20
2.4 Plan de estudios.....	20
3. METODOLOGÍA EMPLEADA EN LA CONSTRUCCIÓN CURRICULAR.....	22
3.1 Diseño del plan de estudios.....	22
4. CRITERIOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA	31
5. PLAN DE EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN CURRICULAR	36
6. RECURSOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA	38
6.1 Planta académica y perfil de los profesores	38
6.2 Infraestructura tecnológica	42
6.3 Recursos financieros.....	43
ANEXOS.....	50
ANEXO 1. ESTUDIO DE PERTINENCIA	51
ANEXO 2. CURRÍCULOS DE LOS PROFESORES DE TIEMPO COMPLETO	112
ANEXO 3. PROGRAMAS SINTÉTICOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE	163
ANEXO 4. MINUTAS DE REUNIONES PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS	277
ANEXO 5. CONVENIOS DE COLABORACIÓN Y CARTAS DE APOYO	309



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Sistema de Universidad Virtual



**PROPUESTA DE NIVELACIÓN PARA LA LICENCIATURA
EN PERIODISMO**

Guadalajara, Jalisco, junio de 2012

verdadera comunicación educativa los procesos de información y comunicación mediados por las nuevas tecnologías, en el marco de entornos virtuales.

Además, el profesor participante del programa reflexiona de manera crítica y propositiva sobre su propia práctica, revisando sus formas de trabajar y de relacionarse con los otros. Conoce las teorías y metodologías educativas y aplica los aspectos pertinentes de acuerdo con el contexto.

El docente del SUV, convencido de que el conocimiento no es un material inerte que se puede transmitir, sino un proceso-producto cambiante, facilita la formación de comunidades de aprendizaje y trabaja con sus colegas de manera colegiada.

Tiene la experiencia en su campo de competencia, suficiente para guiar y hacer aportaciones significativas a sus alumnos en el proceso de aprendizaje. Además se comunica respetuosa, abierta y correctamente con sus alumnos, tanto oralmente como por escrito. Asimismo, modera hábilmente la comunicación sincrónica y asincrónica que se genera en los medios virtuales de comunicación.

Con base en la conceptualización expuesta, de manera más puntual, se considera que para ser asesor de licenciatura en el Sistema de Universidad Virtual la persona debe tener el siguiente perfil:

- Tener como mínimo grado académico de licenciatura, pero se desea o espera que tenga un grado de maestría.
- Tener experiencia docente.
- Tener experiencia en la modalidad educativa a distancia.
- Su estilo docente debe estar centrado en el aprendizaje, es decir, debe tener claro su rol de asesor, motivador, comunicador, guía, facilitador y tutor. Tener como objetivo que los alumnos logren los aprendizajes cognitivos, procedimentales y actitudinales esperados.
- Estar familiarizado y sentirse cómodo con el manejo de las nuevas tecnologías de la informática y la comunicación.
- Expresarse correctamente de forma oral y escrita.

Planta académica

Se cuenta con siete **Profesores de Tiempo Completo (PTC)**, que son expertos disciplinares en el campo de la comunicación y el periodismo, y que tienen experiencia en la enseñanza a modalidad a distancia. Además, se incluyen profesores de asignatura que cuentan con el perfil pertinente y que apoyarán al programa:

Nombre completo	Nombramiento	Nombre del último grado académico	Centro de adscripción
Rosa Elena Richart Varela	PTC Titular A	Maestría en Educación con especialidad en Metodología de la Educación	Sistema de Universidad Virtual
Rodrigo González Reyes	PTC Asociado B	Maestría en Comunicación	Sistema de Universidad Virtual
Rosalía Orozco Murillo	PTC Asociado A	Maestría en Comunicación	Centro Universitario de la Ciénega
Tonatiuh Lay	PTC Titular A	Doctorado en Ciencias Sociales	Sistema de Universidad Virtual
García Gómez Rosa Eugenia	PTC Asociado A	Maestría en Ciencias Sociales	Centro Universitario del Sur
Luis Fernando Ramírez Anaya	PTC Asistente A	Maestría en Comunicación	Sistema de Universidad Virtual
Fidel A.	Profesor de	Licenciatura en	Centro

- Una red de datos que conecta a los servidores a 100 Mbps y que permite que éstos sean accedidos desde Internet a través de un enlace de 43 Mbps y desde Internet2 a 34 Mbps.

En cuanto al software utilizado para conformar la plataforma, se utiliza software libre, dada la robustez y seguridad que lo caracteriza y además debido a que un gran número de universidades, empresas y ciudades enteras están cada vez más convencidos de que el software libre proporciona libertad y flexibilidad para desarrollar y adecuar sistemas según las necesidades que se tengan; por eso actualmente se utiliza Linux, como sistema operativo en los servidores, lo que nos permite una gran flexibilidad y seguridad para soportar los desarrollos. PHP y Java como lenguajes de programación para los desarrollos. Mysql y PostgreSQL como bases de datos, dado que son muy confiables y se adaptan perfectamente a las necesidades, debido a su gran cantidad de interfaces de programación para los lenguajes que se utilizan.

Todos estos elementos de hardware y software no serían nada sin el gran grupo de trabajo que realiza la programación de los sistemas y la administración de los servidores. Por lo que se cuenta con:

- Un equipo de desarrollo
- Un grupo de diseñadores gráficos, que se encargan de dar la imagen y presentación a nuestra plataforma
- Personal de soporte técnico que atiende las peticiones de alumnos, profesores y administrativos en cuestiones técnicas
- Un centro de ayuda que proporciona servicios permanentes de asesoría académica, tecnológica y administrativa en línea

6.3 Recursos financieros

Los recursos económicos y financieros que serán utilizados por la licenciatura para cubrir sus gastos operativos provendrán del presupuesto ordinario que le será asignado como programa educativo del Sistema de Educación Virtual de nuestra institución.

2. Estimación del ingreso

Se considera para el cálculo del ingreso monetario la estimación (proyección) de solicitantes, matrícula y los aranceles: a) del proceso de selección de 27 salarios mínimos diarios, y b) 53.7 salarios mínimos diarios por pago de matrícula. En este último no se considera condonación de pago. Se estima un incremento salarial del 4.2 % anual.

3. Secciones

En el cálculo de las secciones se considera la matrícula. La proporción de alumnos (20:1) por asesor y los cursos por semestre (de 5 a 7 por ciclo).

4. Horas

Las horas por semana se definen a partir de las horas programadas por semestre, las secciones y un ajuste por horas teóricas y prácticas. En el caso de este programa educativo se considera 2,740 horas en total, 457 horas por semestre en promedio.

5. Estimación de costos en recursos humanos

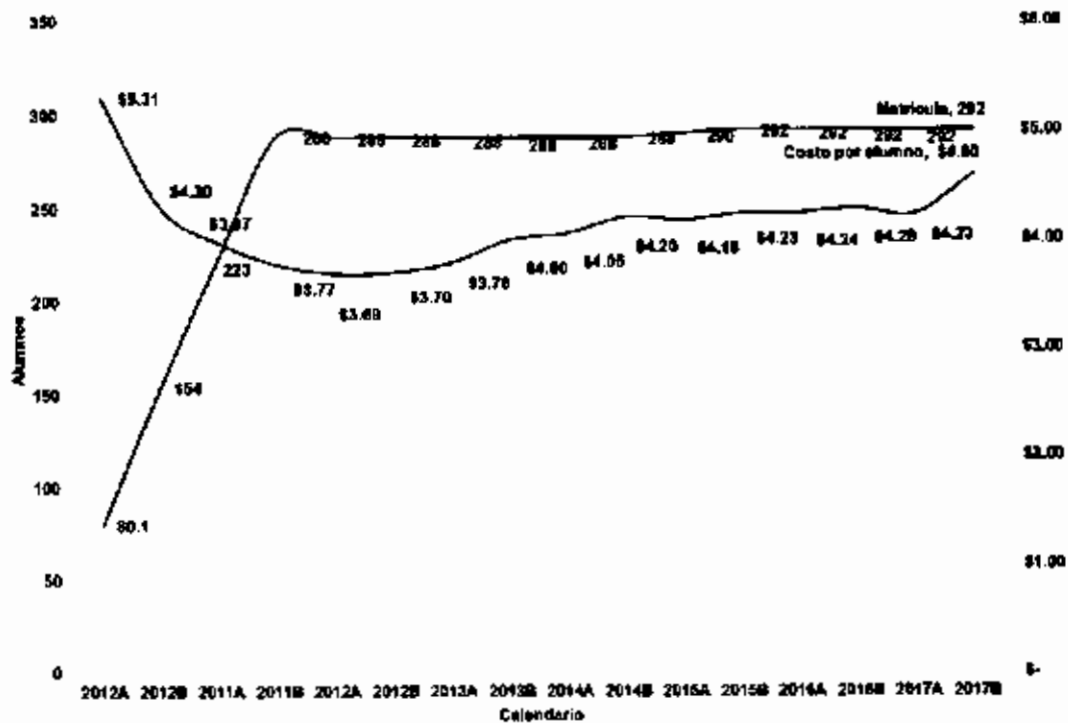
La estructura de costos en recursos humanos inherentes al programa educativo se compone por las horas de asignatura, coordinador de carrera y asistente de coordinador. Las horas de asignatura se computan a partir de la hora/semana/mes/semestre con un costo estimado de \$521.00 de salario mínimo mensual en promedio. El costo del coordinador se estima por un salario base aproximado de \$ 17,097.84 mensual y del asistente por un salario base de \$7,802.40 mensual. El incremento salarial anual se estimó en 4.5%.

Secciones por ciclo

Calendario Escolar	Ciclo								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
2012A	24								24
2012B	24	22							46
2011A	24	22	24						70
2011B	24	22	24	16					86
2012A	24	22	24	16					86
2012B	24	22	24	16					86
2013A	24	22	24	16					86
2013B	24	22	24	16					86
2014A		22	24	16					86
2014B			24	16					86
2015A				16					86
2015B									86
2016A									86
2016B									86
2017A									86
2017B									86

Horas por semana

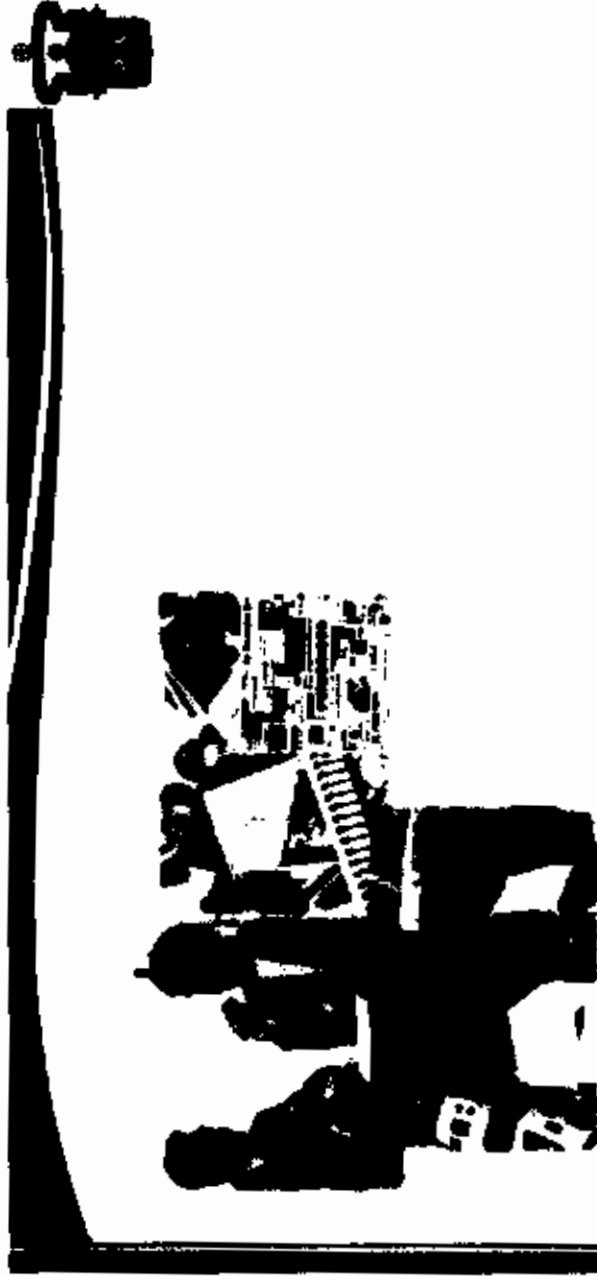
Calendario Escolar	Ciclo								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
2012A	52								52
2012B	52	55							107
2011A	52	55	56						163
2011B	52	55	56	41					204
2012A	52	55	56	41					204
2012B	52	55	56	41					204
2013A	52	55	56	41					204
2013B	52	55	56	41					204
2014A		55	56	41					204
2014B			56	41					204
2015A				41					204
2015B									204
2016A									204
2016B									204
2017A									204
2017B									204



Costo total y por alumno

Calendario Escolar	Gastos de inversión y operación	Recursos Humanos	Costo Total (a)	Ingreso (b)	b-a	Costo por alumno
2012A	\$ 10,000.00	\$ 414,973.57	\$ 424,973.57	\$ 406,083.69	-\$ 18,889.88	\$ 5,305.54
2012B	\$ 49,000.00	\$ 613,390.09	\$ 662,390.09	\$ 673,667.13	\$ 11,277.04	\$ 4,301.23
2011A	\$ 90,000.00	\$ 796,400.86	\$ 886,400.86	\$ 907,545.67	\$ 21,144.81	\$ 3,974.89
2011B	\$ 114,000.00	\$ 972,258.47	\$ 1,086,258.47	\$ 1,161,459.00	\$ 75,200.53	\$ 3,771.73
2012A	\$ 90,000.00	\$ 972,258.47	\$ 1,062,258.47	\$ 1,161,459.00	\$ 99,200.53	\$ 3,688.40
2012B	\$ 49,000.00	\$ 1,016,010.11	\$ 1,065,010.11	\$ 1,197,196.20	\$ 132,186.09	\$ 3,697.95
2013A	\$ 74,000.00	\$ 1,016,010.11	\$ 1,090,010.11	\$ 1,197,196.20	\$ 107,186.09	\$ 3,784.76
2013B	\$ 89,000.00	\$ 1,061,730.56	\$ 1,150,730.56	\$ 1,232,933.40	\$ 82,202.84	\$ 3,995.59
2014A	\$ 106,000.00	\$ 1,061,730.56	\$ 1,167,730.56	\$ 1,232,933.40	\$ 65,202.84	\$ 4,054.62
2014B	\$ 101,000.00	\$ 1,109,508.44	\$ 1,210,508.44	\$ 1,268,670.60	\$ 58,162.16	\$ 4,203.15
2015A	\$ 102,000.00	\$ 1,109,508.44	\$ 1,211,508.44	\$ 1,276,296.00	\$ 64,787.56	\$ 4,177.62
2015B	\$ 77,000.00	\$ 1,159,436.32	\$ 1,236,436.32	\$ 1,320,088.20	\$ 83,651.88	\$ 4,234.37
2016A	\$ 79,000.00	\$ 1,159,436.32	\$ 1,238,436.32	\$ 1,320,088.20	\$ 81,651.88	\$ 4,241.22
2016B	\$ 39,500.00	\$ 1,211,610.95	\$ 1,251,110.95	\$ 1,374,338.40	\$ 123,227.45	\$ 4,284.63
2017A	\$ 24,500.00	\$ 1,211,610.95	\$ 1,236,110.95	\$ 1,374,338.40	\$ 138,227.45	\$ 4,233.26
2017B	\$ 76,000.00	\$ 1,266,133.44	\$ 1,342,133.44	\$ 1,428,588.60	\$ 86,455.16	\$ 4,596.35

ANEXO 1. ESTUDIO DE PERTINENCIA



ESTUDIO DE PERTINENCIA Y FACTIBILIDAD PARA PERIODISMO

AGOSTO 2011





METODOLOGÍA

Población Objetivo: Periodistas, reporteros, editores, redactores, columnistas, diseñadores, correctores, fotógrafos, directivos de medios y columnistas en las ciudades de Guadalajara y México.

Diseño de la Muestra: Se definieron cuotas para los siguientes medios de comunicación:

Tipo de medio	Entrevistas
Periódicos con circulación mayor a 15 mil ejemplares.	10
Revistas de información general o noticiosa con influencia y alcance nacional o regional.	10
Medios electrónicos (Radio y Televisión) con noticiarios de influencia regional y nacional.	10
Medios en línea o portales digitales con énfasis en lo noticioso.	10
Agencias de noticias y áreas de prensa de organizaciones públicas y privadas.	10

Metodología de recolección de datos. Entrevistas personales "cara a cara" mediante concertación de citas con los informantes.



METODOLOGÍA

Tipo de medios	Nombre del medio	Entrevistas
Medios en línea o portales digitales	SanEmbargo	1
	El Respetable	4
	Alerta Periodística	2
	Eje Central	2
	Notimex	1
	Apró	3
	Comunicación Social del Ayuntamiento de Zapopan	1
	Dirección de Comunicación Social del Gobierno de Jalisco	1
	Coordinación de medios del Comité Directivo estatal del PAN Jalisco	1
Agencias de Noticias y áreas de prensa		1

Fecha de levantamiento. Del 5 de Julio al 2 de Agosto de 2011.



DIRECTORES

BASE: 8 CARDS

SEXO

MASCULINO
100.0%



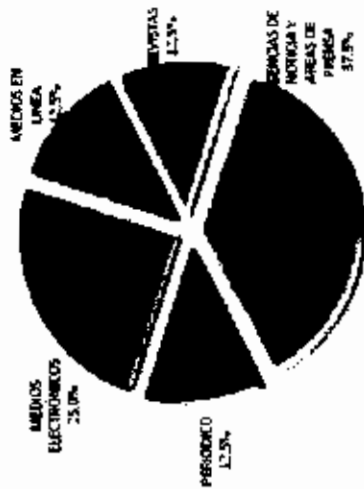
EDAD



TIEMPO DE TRABAJAR EN EL PERIODISMO



MEDIO EN EL QUE TRABAJA

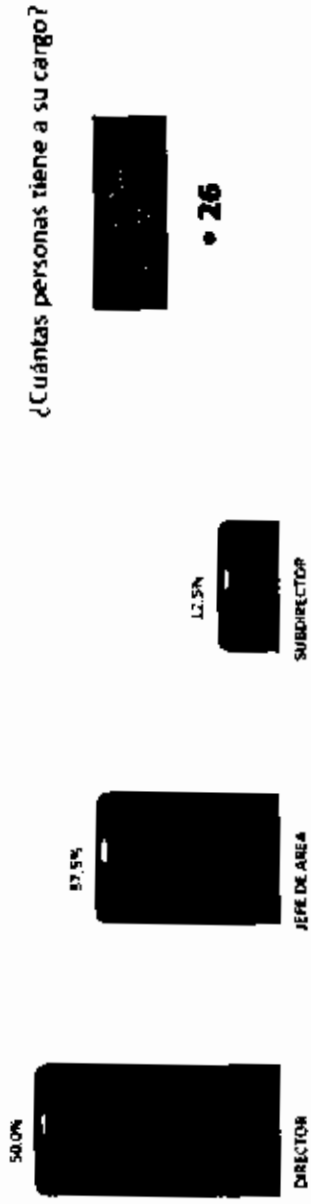




DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

Podría decirme ¿Cuál es su puesto en este medio informativo?



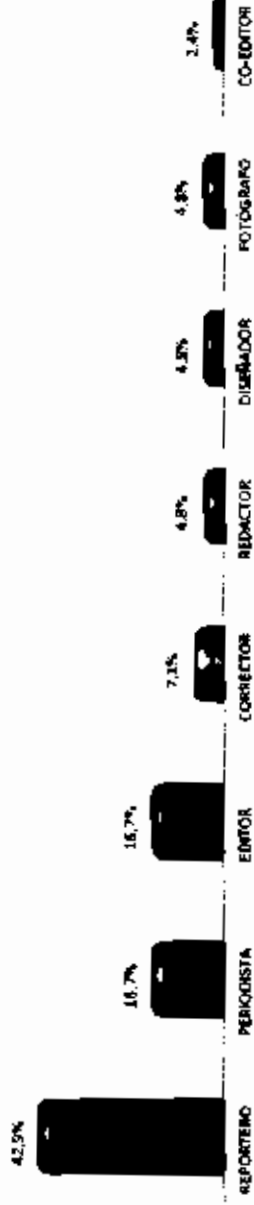
¿Cuántas personas tiene a su cargo?



PERIODISTAS

BASE: 82 CASOS

Podría decirme ¿Cuál es su puesto en este medio informativo?





¿Cuánto tiempo tiene usted trabajando para este medio informativo?	HORAS PROMEDIO
BASE: 58 CASOS	
PUESTO	
NEUROLOGISTAS	7,1
MEDIO	
	4,9



Además de su trabajo en medios de comunicación, ¿Tiene usted otro empleo?

BASE: 54 CASOS



¿A qué se dedica usted?

BASE: 10 CASOS





PERCEPCIÓN SOBRE EL PERIODISMO EN MÉXICO





Digame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo o totalmente en desacuerdo?

FRASE	NIVEL DE ACUERDO			
	DE ACUERDO TOTALMENTE	DE ACUERDO EN PARTE	EN DESACUERDO EN PARTE	EN DESACUERDO TOTALMENTE
BASE: 30 CASOS				
En México los medios informan con veracidad todo lo que pasa	4.0%	38.0%	46.0%	16.0%
TOTAL				
En México los profesionales pierden su capacidad de ser competitivos en el mundo	8.0%	32.0%	46.0%	14.0%
TOTAL				
Se puede ser profesional de la carrera de la universidad	32.0%	40.0%	12.0%	16.0%
TOTAL				



Dígame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?

BASE: 96 CASOS

	TOTAL	DE ACUERDO EN PARTE	EN DESACUERDO EN PARTE	TOTALMENTE EN DESACUERDO
Para emprender un negocio en mí mismo necesito palancas y amigos en el gobierno	100%	32.0%	24.0%	10.0%
En México la mayoría de los funcionarios públicos o agentes del gobierno	100%	18.0%	20.0%	16.0%
En México es mejor el periodismo digital que el impreso	100%	4.0%	20.0%	30.0%
En México no hay problemas de corrupción	100%	10.0%	28.0%	17.0%



Dígame por favor ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades en su trabajo cotidiano?

DIRECTORES

BASE: 810005

1. Leer y comprender los documentos de trabajo						
2. Comunicar y explicar los procedimientos de trabajo						
3. Organizar y controlar el trabajo de los colaboradores						
4. Dirigir y supervisar el trabajo de los colaboradores						
5. Evaluar el desempeño de los colaboradores						
6. Dirigir y supervisar el trabajo de los colaboradores						
7. Organizar y controlar el trabajo de los colaboradores						
8. Comunicar y explicar los procedimientos de trabajo						

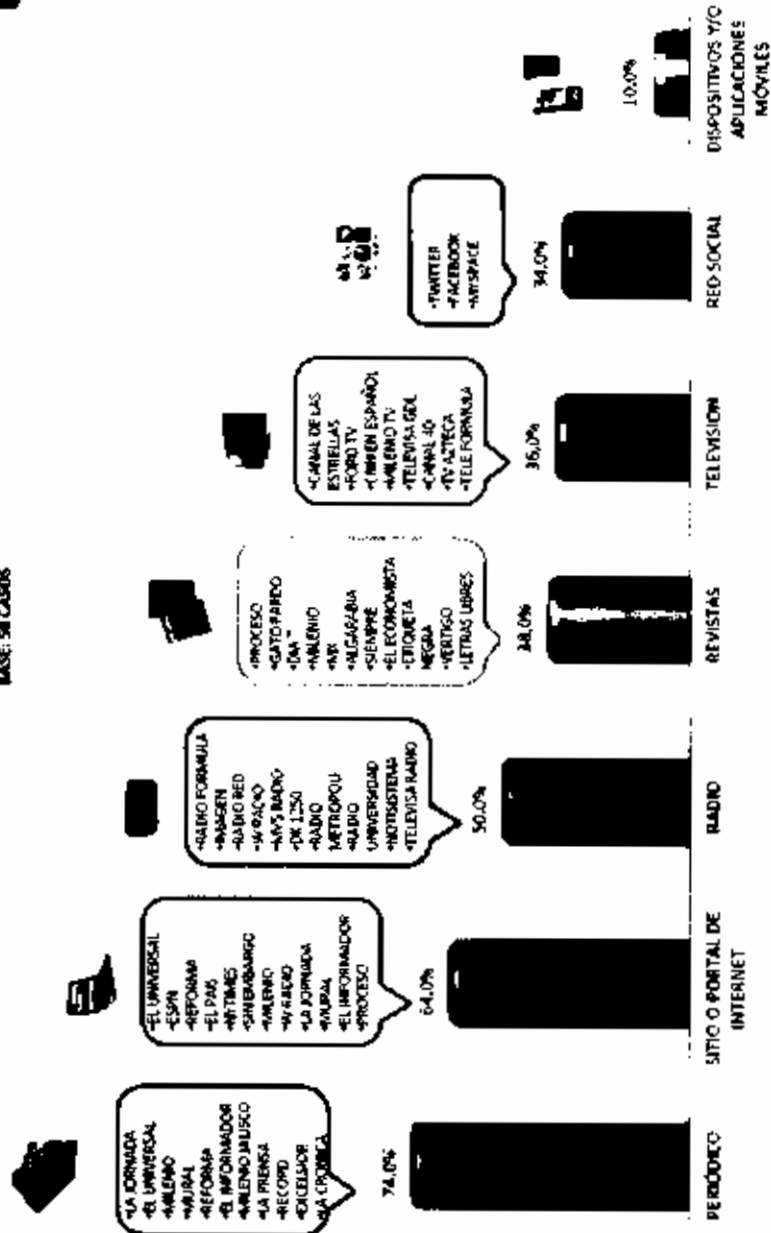


Ahora le voy a leer algunas frases en escala de siempre, casi siempre, casi nunca o nunca. En su opinión, en México ¿Qué tan frecuentemente los periodistas...?

	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
100%	22,0%	40,0%	24,0%	8,0%	6,0%
Ver ficción e investigar lo que está bien y publicar					
Señalar problemas para que cambien o mejorarlos					
Proteger a la mujer y al hombre de la violencia					
Defender los derechos de los ciudadanos					
TOTAL	2,0%	8,0%	56,0%	16,0%	18,0%
100%	29,0%	24,0%	32,0%	12,0%	4,0%
Defender las libertades de expresión					
Defender las libertades de asociación					
Defender las libertades de reunión pacífica					
Defender las libertades de tránsito					
Defender las libertades de circulación de mercancías					
Defender las libertades de comercio exterior					
Defender las libertades de movimiento de capitales					
Defender las libertades de movimiento de personas					
Defender las libertades de información					
Defender las libertades de expresión					

¿A través de qué medios prefiere mantenerse informado?

BASE: 58 CASOS





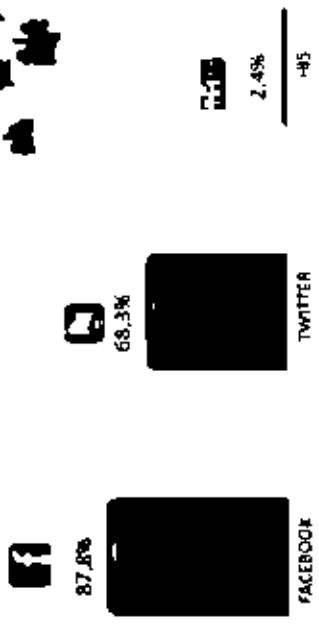
¿Se encuentra usted registrado en alguna red social?

BASE: 50 CASOS



¿En cuál red social?

BASE: 41 CASOS



¿Tiene usted un blog?

BASE: 50 CASOS





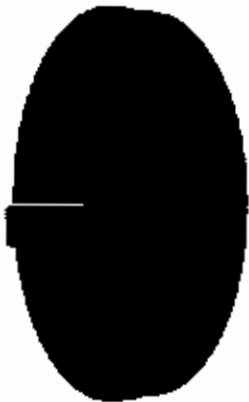
HABILIDADES



¿Utiliza usted internet?

BASE: 50 CASOS

NO: 4%



96%

¿Qué tan frecuentemente utiliza el internet?

BASE: 48 CASOS





Ahora le voy a leer algunas frases en escala de siempre, casi siempre, casi nunca o nunca.
En su opinión, en México ¿Qué tan frecuentemente los periodistas...?

FRASE	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
Derden sobre aspectos que pueden afectar su trabajo	TOTAL	28,0%	32,0%	14,0%	14,0%
	Periodistas	30,0%	30,0%	20,0%	20,0%
TOTAL	46,0%	28,0%	10,0%	10,0%	6,0%
Tienen obligaciones de élite con sus organizaciones profesionales	TOTAL	41,0%	30,0%	2,0%	2,0%
	Periodistas	40,0%	30,0%	2,0%	2,0%
TOTAL	32,0%	17,0%	75,0%	22,0%	6,0%
Conocen los leyes y reglamentos que rigen la operación de los medios en México	TOTAL	32,0%	17,0%	75,0%	22,0%
	Periodistas	30,0%	15,0%	70,0%	15,0%

Dígame por favor ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades en su trabajo cotidiano?

Actividad	Frecuencia	Porcentaje
[Redacted]	4.0	28.8%
[Redacted]	4.0	27.8%
[Redacted]	4.0	28.8%
[Redacted]	4.0	28.8%
[Redacted]	4.0	27.8%
[Redacted]	5.0	31.2%
[Redacted]	5.0	28.8%
[Redacted]	5.0	28.8%
[Redacted]	5.0	27.8%
[Redacted]	5.0	28.8%
[Redacted]	5.0	28.8%
[Redacted]	5.0	27.8%
[Redacted]	5.0	28.8%
[Redacted]	5.0	28.8%

PERIODISTAS
BASE: 62 CASOS





PRÁCTICAS PROFESIONALES



Dígame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?

CASE 56 CASOS

	18,0%	37,0%	20,0%	24,0%	6,0%
TOTAL	18,0%	37,0%	20,0%	24,0%	6,0%
Los periodistas que saben usar las tecnologías ganan más	18,0%	37,0%	20,0%	24,0%	6,0%
La concentración de medios en México causa el trabajo precario	4,0%	5,0%	22,0%	54,0%	12,0%
TOTAL	4,0%	5,0%	22,0%	54,0%	12,0%
La concentración de medios en México causa el trabajo precario	4,0%	28,0%	18,0%	14,0%	—
TOTAL	4,0%	28,0%	18,0%	14,0%	—

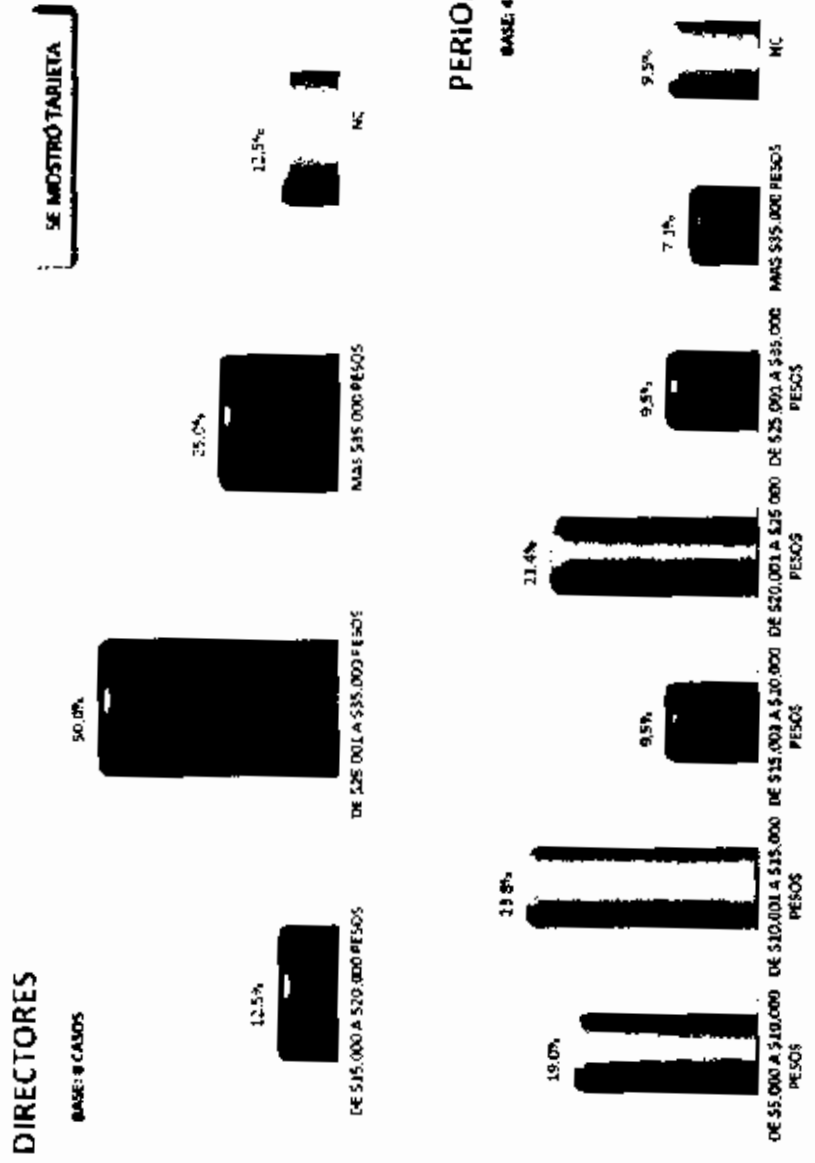


Digame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?

FRASES	CANTIDAD DE RESPUESTAS EN POR CIENTO			
	COMPLETAMENTE DE ACUERDO	EN ACUERDO EN PARTE	EN DESACUERDO EN PARTE	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO
TOTAL	10,0%	28,0%	40,0%	6,0%
En México el periodismo es poco profesional	7,5%	28,0%	47,0%	7,5%
TOTAL	10,0%	12,0%	38,0%	10,0%
En México es fácil encontrar trabajo como periodista o comunicador	10,0%	10,0%	45,0%	7,5%
TOTAL	8,0%	10,0%	26,0%	17,0%
En México el gobierno nunca interviene en los asuntos que tienen que ver con los medios	8,0%	10,0%	44,0%	17,0%



Me puede decir ¿En cuál de los siguientes rangos podría ubicar sus ingresos?





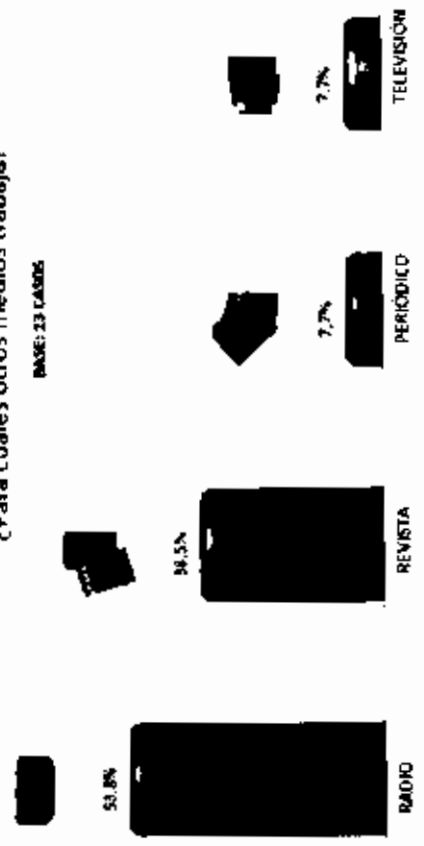
¿Trabaja usted para otros medios de comunicación?

BASE: 98 CASOS



¿Para cuáles otros medios trabaja?

BASE: 23 CASOS





¿Qué tipo de contrato tiene usted?

BASE: 50 CASOS

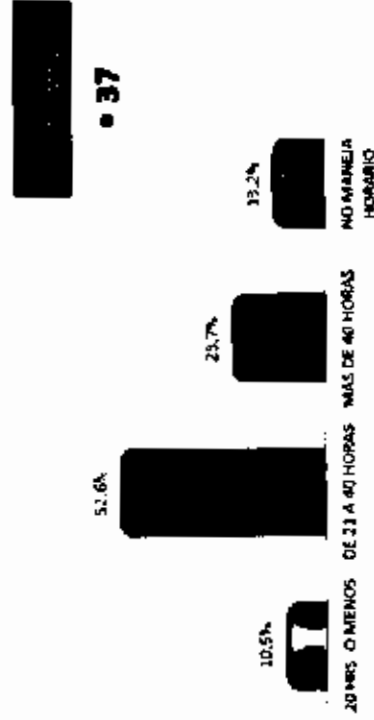


66% DE ENTREVISTADOS CON CONTRATO PERMANENTE

¿Trabaja tiempo completo o medio tiempo?



¿Cuántas horas a la semana le pide cubrir su contrato?





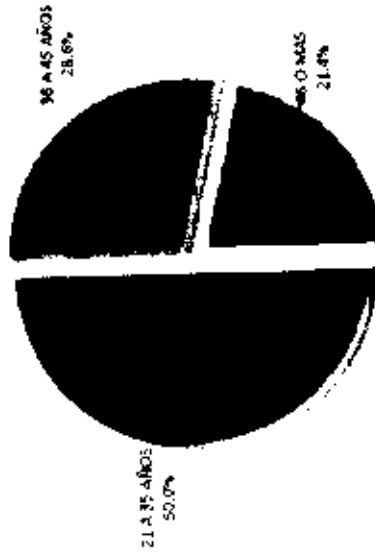
PERIODISTAS

BASE: 42 CASOS

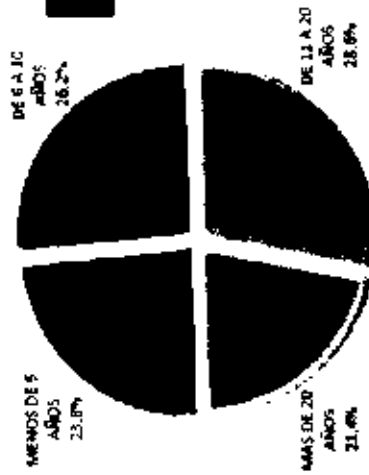
SEXO



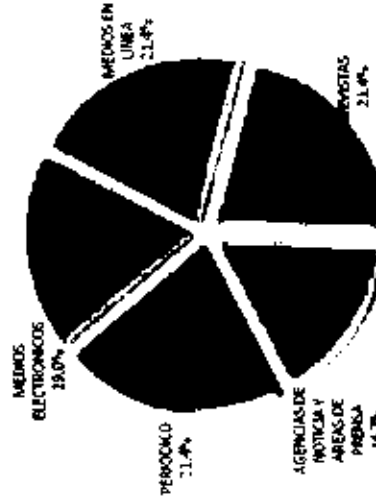
EDAD



TIEMPO DE TRABAJAR EN EL PERIODISMO



MEDIO EN EL QUE TRABAJA



• 12,9



PERFIL DE LOS INFORMANTES



METODOLOGÍA

Tamaño de la muestra. 50 entrevistas (30 en la ciudad de México y 20 en Guadalajara).

Se consideraron 2 segmentos: Directores (con personal a cargo) 8 entrevistas y Periodistas, en este se incluyeron reporteros, correctores, editores, fotógrafos, etc. (sin personal a cargo).

Tipo de medios	Nombre del medio	
	Guadalajara	Entrevistas
Periodicos con circulación mayor a 15 mil ejemplares.	El Universal	1
	Excelsior	2
	La Prensa	1
	La Jornada	3
	Milenio Jalisco	1
	El Informador	1
	Ovaciones	2
	Siempre	2
	Proceso México	1
	Contralinea	2
Proceso Jalisco	2	
Medios electrónicos (Radio y Televisión) con noticiarios de influencia regional y nacional.	Once TV México	2
	Televisa	2
	TV Azteca	2
	Promotivos Radio	1
	Radio U de G	1
	Notisistema	1
		1



OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO:

Recabar las percepciones de periodistas y comunicadores sobre las prácticas profesionales del periodismo y conocer las tendencias sobre el quehacer periodístico en México.

ANEXOS

Costo en Recursos Humanos

Calendario Escolar	Costo por asignaturas	Coordinador de Carrera	Asistente de coordinador	Total
2012A	\$ 161,576.12	\$ 171,700.75	\$ 81,696.70	\$ 414,973.57
2012B	\$ 348,589.76	\$ 179,427.28	\$ 85,373.05	\$ 613,390.09
2011A	\$ 531,600.52	\$ 179,427.28	\$ 85,373.05	\$ 796,400.86
2011B	\$ 695,542.12	\$ 187,501.51	\$ 89,214.84	\$ 972,258.47
2012A	\$ 695,542.12	\$ 187,501.51	\$ 89,214.84	\$ 972,258.47
2012B	\$ 726,841.52	\$ 195,939.08	\$ 93,229.51	\$ 1,016,010.11
2013A	\$ 726,841.52	\$ 195,939.08	\$ 93,229.51	\$ 1,016,010.11
2013B	\$ 759,549.39	\$ 204,756.34	\$ 97,424.83	\$ 1,061,730.56
2014A	\$ 759,549.39	\$ 204,756.34	\$ 97,424.83	\$ 1,061,730.56
2014B	\$ 793,729.11	\$ 213,970.37	\$ 101,808.95	\$ 1,109,508.44
2015A	\$ 793,729.11	\$ 213,970.37	\$ 101,808.95	\$ 1,109,508.44
2015B	\$ 829,446.92	\$ 223,599.04	\$ 106,390.35	\$ 1,159,436.32
2016A	\$ 829,446.92	\$ 223,599.04	\$ 106,390.35	\$ 1,159,436.32
2016B	\$ 866,772.03	\$ 233,661.00	\$ 111,177.92	\$ 1,211,610.95
2017A	\$ 866,772.03	\$ 233,661.00	\$ 111,177.92	\$ 1,211,610.95
2017B	\$ 905,776.77	\$ 244,175.74	\$ 116,180.93	\$ 1,266,133.44

Gastos de inversión y de operación

Calendario Escolar	Equipo de cómputo y telecomunicaciones	Mantenimiento de la plataforma	Acervos	Gastos de operación	Total
2012A				\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
2012B	\$ 14,000.00	\$ 10,000.00	\$ 15,000.00	\$ 10,000.00	\$ 49,000.00
2011A	\$ 45,000.00	\$ 15,000.00	\$ 20,000.00	\$ 10,000.00	\$ 90,000.00
2011B	\$ 66,000.00	\$ 18,000.00	\$ 20,000.00	\$ 10,000.00	\$ 114,000.00
2012A	\$ 62,000.00	\$ 16,000.00		\$ 12,000.00	\$ 90,000.00
2012B	\$ 21,000.00	\$ 16,000.00		\$ 12,000.00	\$ 49,000.00
2013A	\$ 46,000.00	\$ 16,000.00		\$ 12,000.00	\$ 74,000.00
2013B	\$ 61,000.00	\$ 13,000.00		\$ 15,000.00	\$ 89,000.00
2014A	\$ 48,000.00	\$ 14,000.00	\$ 28,000.00	\$ 16,000.00	\$ 106,000.00
2014B	\$ 43,000.00	\$ 14,000.00	\$ 28,000.00	\$ 16,000.00	\$ 101,000.00
2015A	\$ 54,000.00	\$ 12,000.00	\$ 20,000.00	\$ 16,000.00	\$ 102,000.00
2015B	\$ 20,000.00	\$ 12,000.00	\$ 29,000.00	\$ 16,000.00	\$ 77,000.00
2016A	\$ 20,000.00	\$ 10,000.00	\$ 33,000.00	\$ 16,000.00	\$ 79,000.00
2016B		\$ 11,500.00	\$ 13,000.00	\$ 15,000.00	\$ 39,500.00
2017A		\$ 11,500.00		\$ 13,000.00	\$ 24,500.00
2017B	\$ 41,000.00	\$ 20,000.00		\$ 15,000.00	\$ 76,000.00

Proyección de matrícula por ciclo y calendario escolar

Calendario Escolar	Aspirantes	Ciclo					Matrícula
		1	2	3	4		
2012A	89	80					80
2012B	89	80	74				154
2011A	89	80	74	69			223
2011B	89	80	74	69	64		288
2012A	89	80	74	69	64		288
2012B	89	80	74	69	64		288
2013A	89	80	74	69	64		288
2013B	89	80	74	69	64		288
2014A	89		74	69	64		288
2014B	89			69	64		288
2015A	89				64		290
2015B	89						292
2016A	89						292
2016B	89						292
2017A	89						292
2017B	89						292

Estimación de Ingresos por proceso de selección y matrícula

Calendario Escolar	Solicitantes	Admitidos	Alumnos	Ingreso		
				Selección	Matrícula	Total
2012A	89	80	80	\$ 145,549.71	\$ 260,533.98	\$ 406,083.69
2012B	89	80	154	\$ 151,677.36	\$ 521,989.77	\$ 673,667.13
2011A	89	80	223	\$ 151,677.36	\$ 755,868.31	\$ 907,545.67
2011B	89	80	288	\$ 156,195.00	\$ 1,005,264.00	\$ 1,161,459.00
2012A	89	80	288	\$ 156,195.00	\$ 1,005,264.00	\$ 1,161,459.00
2012B	89	80	288	\$ 161,001.00	\$ 1,036,195.20	\$ 1,197,196.20
2013A	89	80	288	\$ 161,001.00	\$ 1,036,195.20	\$ 1,197,196.20
2013B	89	80	288	\$ 165,807.00	\$ 1,067,126.40	\$ 1,232,933.40
2014A	89	80	288	\$ 165,807.00	\$ 1,067,126.40	\$ 1,232,933.40
2014B	89	80	288	\$ 170,613.00	\$ 1,098,057.60	\$ 1,268,670.60
2015A	89	80	290	\$ 170,613.00	\$ 1,105,683.00	\$ 1,276,296.00
2015B	89	80	292	\$ 175,419.00	\$ 1,144,669.20	\$ 1,320,088.20
2016A	89	80	292	\$ 175,419.00	\$ 1,144,669.20	\$ 1,320,088.20
2016B	89	80	292	\$ 182,628.00	\$ 1,191,710.40	\$ 1,374,338.40
2017A	89	80	292	\$ 182,628.00	\$ 1,191,710.40	\$ 1,374,338.40
2017B	89	80	292	\$ 189,837.00	\$ 1,238,751.60	\$ 1,428,588.60
Total						\$ 18,532,882.09

Con esta aportación económica se pretende hacer frente a los costos directos e indirectos de la operación académica, del soporte técnico que se brinda a asesores, alumnos, trabajadores, y también aquellos generados por las labores de apoyo administrativo y de gestión. Sin embargo, habrá un flujo de recursos económicos provenientes de las cuotas y aranceles cubiertos por los alumnos que ayudarán a saldar algunos de los gastos que han de enfrentarse con la operación del programa.

Los aspirantes a ingresar a la Nivelación para la Licenciatura en Periodismo pagarán el equivalente a 25.4 días de salarios mínimos diarios vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara por el proceso de admisión. Una vez dictaminados como admitidos en el programa, en cada ciclo escolar los alumnos aportarán el equivalente a 27.8 salarios mínimos diarios vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara. En el caso de los estudiantes extranjeros se incrementarán los costos en un 10% de los montos establecidos.

Además, se buscará que el programa sea apoyado a través de fondos para actividades específicas del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI) y se espera que en un futuro, cuando el programa esté en operación, el Programa Nacional de Becas Estudiantiles (PRONABES) apoye con becas a los estudiantes que así lo requieran.

No se requiere de la creación de una dependencia más para la implantación del programa, dado que ésta se hará dentro de la Coordinación de Programas de la Dirección Académica del SUV.

Se presenta enseguida el estudio financiero del programa, calculado con el siguiente procedimiento:

1. Proyección de la matrícula

Se estima a partir de los aspirantes esperados y una trayectoria escolar considerando una atención a la demanda del 90% y un índice de egreso del 60% en los primeros ocho ciclos y un 70% en los subsiguientes.

Romero Álvarez	asignatura A	Informática	Universitario de la Ciénege
Gilberto Magaña Hernández	Profesor de asignatura B	Maestría en Periodismo y Divulgación	Centro Universitario del Sur
Sergio Rene De Dios Corona	Profesor de asignatura B	Maestría en Programación Neurolingüística	Centro Universitario de la Ciénege

6.2 Infraestructura tecnológica

La infraestructura tecnológica es una de las piezas clave en el éxito de los sistemas de enseñanza en línea, dado que su finalidad es lograr dar respuesta a todas las operaciones que realizan académicos, alumnos y administrativos a través de las múltiples conexiones a las plataformas de enseñanza en línea, de forma eficiente y sin problemas. Por ello se debe contar con todos los suministros necesarios que permitan garantizar que se lograrán los objetivos del programa de Nivelación para Licenciatura en Periodismo.

Por este motivo, el Sistema de Universidad Virtual cuenta con elementos que en conjunto forman una infraestructura tecnológica confiable y que conforman varias plataformas de enseñanza en línea.

La infraestructura que permitirá atender a académicos, alumnos y administrativos del programa de maestría se compone de:

- 5 servidores DELL con 2 procesadores Xeon a 2.6 Ghz y 2 Gb de memoria RAM cada uno, que permiten distribuir las operaciones que se realizan en la plataforma y accesos a bases de datos.
- 1 servidor HP con 2 procesadores P3 a 700 Mhz y 2 Gb de RAM.

- Conocer y aplicar el modelo académico del SUV.
- Tener experiencia en el campo de la investigación que le permita dirigir tesis y proyectos terminales.
- Tener habilidades de moderador.
- Contar con acceso a Internet.
- Tener disponibilidad para trabajar en las academias y en comisiones diversas del SUV y para capacitarse cuando así se requiera.
- Obtener consistentemente resultados satisfactorios en las evaluaciones de desempeño docente realizadas en el SUV.

Las características más destacadas que debe poseer un docente, además de las anteriores, para la generación de comunidades de aprendizaje, son las que siguen:¹¹

Conciencia social para percibir y comprometerse con las necesidades colectivas y para ser capaz de considerar las necesidades de saber, de aprendizaje y de expresión de los diversos grupos sociales, y los modos como se difunde y socializa el conocimiento, es decir, cómo llega a todos sus niveles, elementos, clases y estructuras.

Anticipación, que implica la prospectiva y prevención de las nuevas situaciones, y que capacita al educando para enfrentar lo incierto.

Flexibilidad y apertura frente a los conocimientos, que se transforman permanentemente.

Democracia para alentar los procesos de aprendizajes participativos y significativos que impactarán en la calidad de vida de personas y grupos.

Es también importante la actitud de aprendizaje continuo por parte del docente, que le conducirá a estar actualizado en su disciplina y en el modelo educativo del SUV.

¹¹ Universidad de Guadalajara, "Modelo educativo. Propuesta para la creación del Sistema Virtual de la Universidad de Guadalajara", noviembre de 2004, p. 30.



En escala de muy importante, algo importante o nada importante ¿Qué tan importante es para usted que el personal a su cargo domine las siguientes habilidades para desarrollar su trabajo...?

DIRECTORES
BASE DE DATOS

	MUY IMPORTANTE	ALGO IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	NO SABE
Investigar a profundidad	100,0%			
Grabar video	37,5%	43,8%	12,5%	4,2%
Grabar audio	75,0%	12,5%	8,3%	4,2%
Presentar videos y grabaciones	75,0%	12,5%	8,3%	4,2%
Usar herramientas digitales para investigar y documental informacion	87,5%	8,3%	4,2%	0,0%
Escribir o estructurar guiones y películas para la TV	87,5%	8,3%	4,2%	0,0%
Usar programas de computo para editar y producir audios	50,0%	12,5%	12,5%	25,0%
Usar programas de computo para editar y producir videos	25,0%	12,5%	12,5%	50,0%
Navegar y obtener informacion de internet	87,5%	8,3%	4,2%	0,0%
Manejar cuentas en redes sociales	50,0%	12,5%	12,5%	25,0%
Conocer y manejar redes sociales y programas de video	87,5%	8,3%	4,2%	0,0%



En una escala de 1 a 5 en donde 1 es la calificación más baja y 5 la más alta. Dígame por favor como se califica usted en las siguientes habilidades dentro del ejercicio periodístico

PERIODISTAS

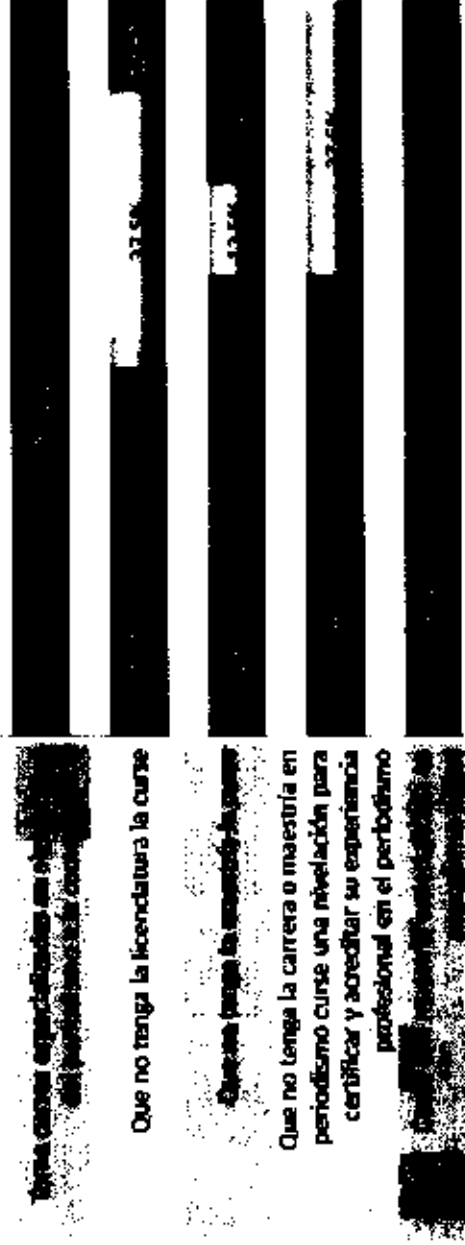
BASE: 42 CASOS

Escribir de manera clara y precisa ideas y/o pensamientos	4.4	Comunicarse de forma directa con sus lectores o audiencias	3.6
Investigación: Ideas y soluciones	4.3	Grabar audio	3.7
Usar herramientas digitales para investigar y documentar información	4.2	Usar programas de computo para editar y producir audios	3.1
Escribir o estructurar historias y noticias para la web	3.8	Usar programas de software para editar y producir videos	2.8
Usar herramientas de edición de video	3.7	Desarrollar o emprender su propio medio informativo en línea	2.9
Mantener cuentas en redes sociales	3.6	Grabar video	3.0
	3.5	Generar recursos con un sitio informativo en línea	2.8



En una escala de muy importante, algo importante, poco importante o nada importante.
 Dígame ¿Qué tan importante es para su medio que el personal ... ?

DIRECTORES
 BASE: 8 CASOS



● MUY IMPORTANTE ● ALGO IMPORTANTE ● POCO IMPORTANTE ● NADA IMPORTANTE

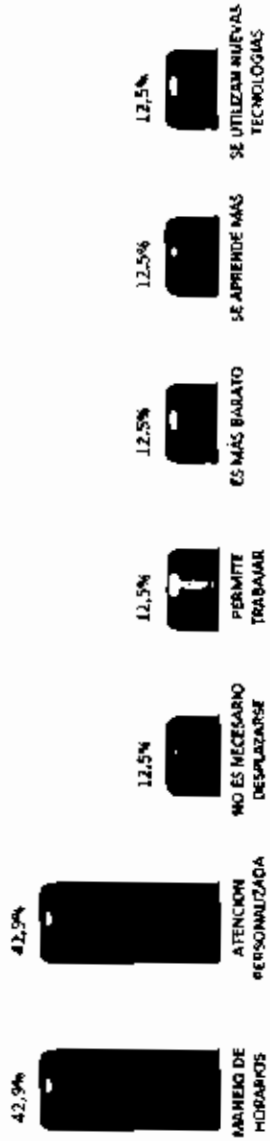


¿Cuáles considera usted que son las ventajas de realizar estudios en línea?

DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

RESPUESTA MÚLTIPLE



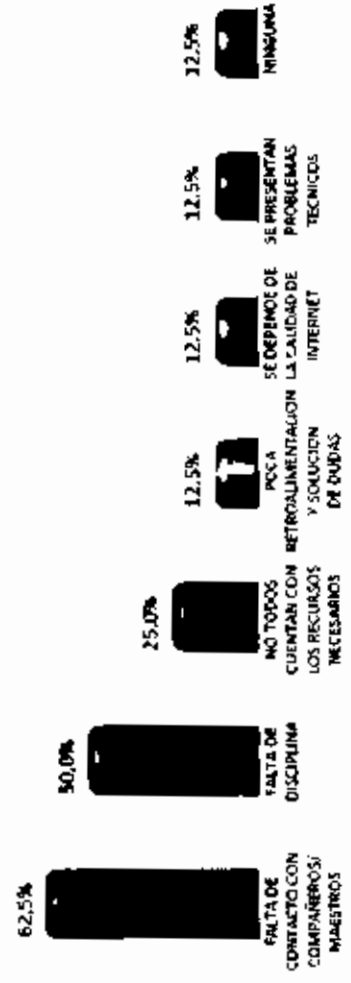


¿Cuáles serían las desventajas de estudiar en línea?

DIRECTORIOS

BASE: 8 CASOS

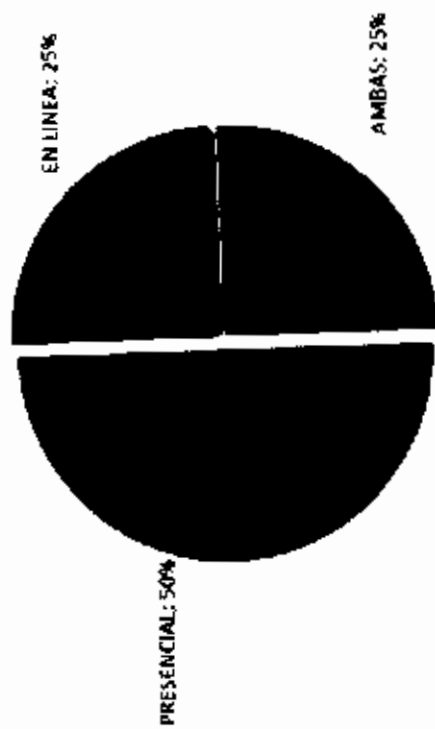
RESPUESTA MÚLTIPLE





Para usted ¿Qué modalidad es mejor para la capacitación del personal a su cargo, presencial o en línea?

DIRECTORES
BASE: 6 CASOS



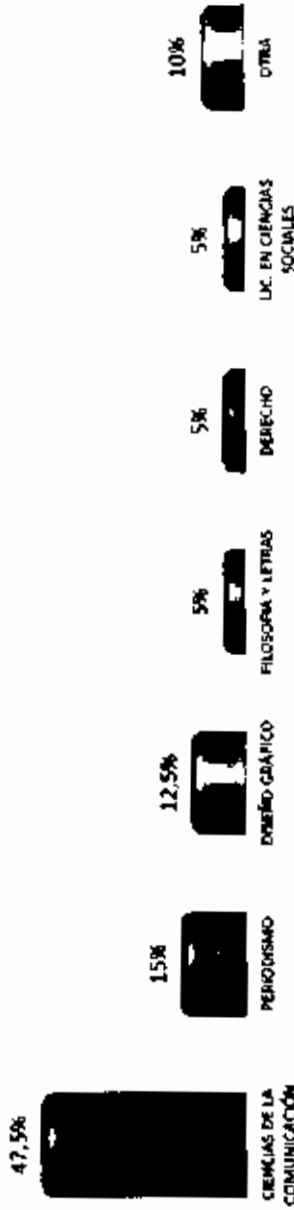


Me puede decir ¿Cuál fue el último grado que completó en la escuela usted?

PERIODISTAS
BASE: 42 CASOS



¿Cuál carrera estudió?





¿Ha usted tomado algún curso en línea?

PERIODISMO

BASE: 42 CASOS

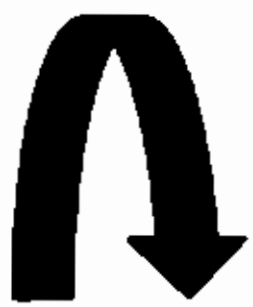
NO: 69%

SI: 31%



Principales temas sobre los que han tomado cursos en línea

→ Cursos de Periodismo digital



“El uso de herramientas en la web para investigar”
 “Periodismo en redes sociales y periodismo digital”
 “Periodismo virtual”



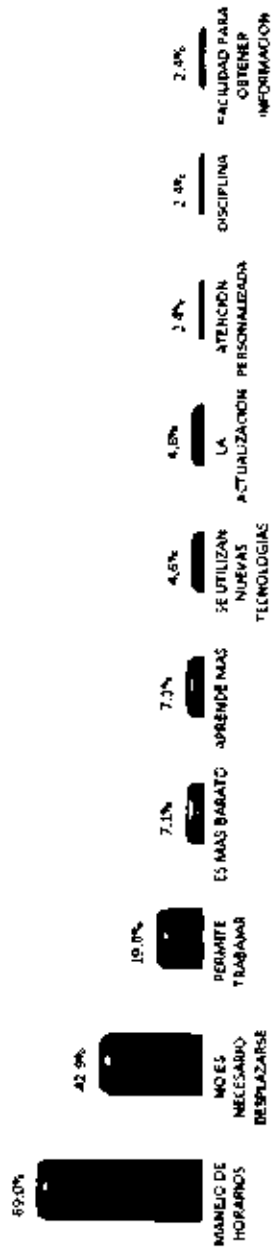


¿Cuáles considera usted que son las ventajas de realizar estudios en línea?

PERIODISTAS

BASE: 42 CASOS

RESPUESTA MÚLTIPLE



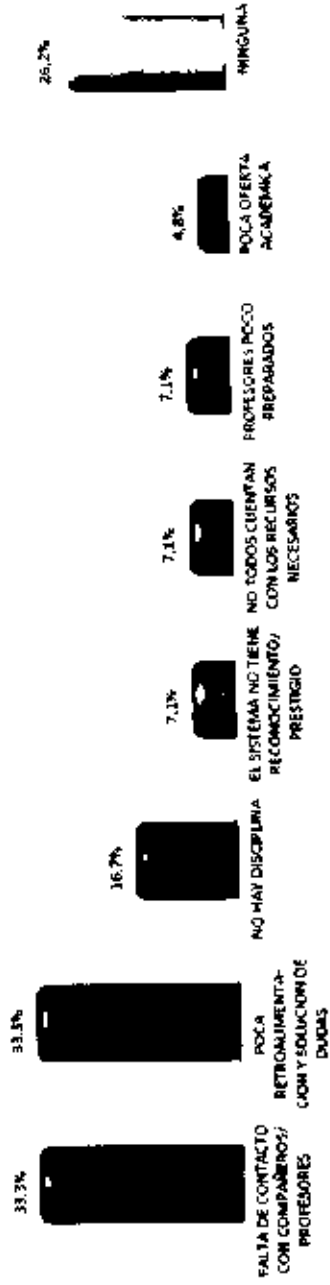


¿Cuáles serían las desventajas de estudiar en línea?

PERIODISTAS

BASE: 42 CASOS

RESPUESTA MÚLTIPLE





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Sistema de Universidad Virtual



UBGVIRTUAL



CONOCIMIENTO DEL SISTEMA VIRTUAL DE LA UDEG



Berumen
SISTEMAS DE INFORMACIÓN
www.berumen.com.mx



UDG Virtual es un sistema de la **Universidad de Guadaluajara** que ofrece cursos y carreras con especialización en periodismo. En una escala de muy atractivo, algo atractivo, poco atractivo o nada atractivo, ¿Qué tan atractivo resulta para usted estudiar algún curso de periodismo en este esquema de universidad virtual?

BASE: 30 CASOS

UBG VIRTUAL



MUY ATRACTIVO
 ALGO ATRACTIVO
 POCO ATRACTIVO
 NADA ATRACTIVO
 NO SABE

	MUY ATRACTIVO	ALGO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NADA ATRACTIVO	NO SABE
DIRECTORES	62.5%	11.5%	12.5%		12.5%
DEBIDISTAS	19.9%	98.1%	16.7%	7.1%	4.8%
PERIODICOS	90.0%	10.0%	10.0%	20.0%	10.0%
REVISTAS	40.0%	30.0%	20.0%		10.0%
MEIOS ELECTRONICOS (RADIO Y TELEVISION)	50.0%	40.0%		10.0%	
MEIOS EN LINEA O PORTALES DIGITALES	10.0%	60.0%	20.0%		10.0%
AGENCIAS DE NOTICIAS Y AREAS DE PRENSA	40.0%	90.0%	30.0%		
MERCO	30.0%	96.7%	16.7%	6.7%	10.0%
GUADALAJARA	50.0%	90.0%	15.0%	5.0%	





PROS Y CONTRAS

UBA ONLINE

La U de General
tiene cursos y
carreras
especializadas en
Periodismo. ¿Que
tan atractivo resulta
que el personal de
carga estudie a un
curso de periodismo
en línea?

Muy atractivo

Algo atractivo

Por que...

El prestigio y las buenas opiniones sobre la universidad.
Serían reporteros más preparados y más eficientes

No convence el hecho de que sea una modalidad en línea





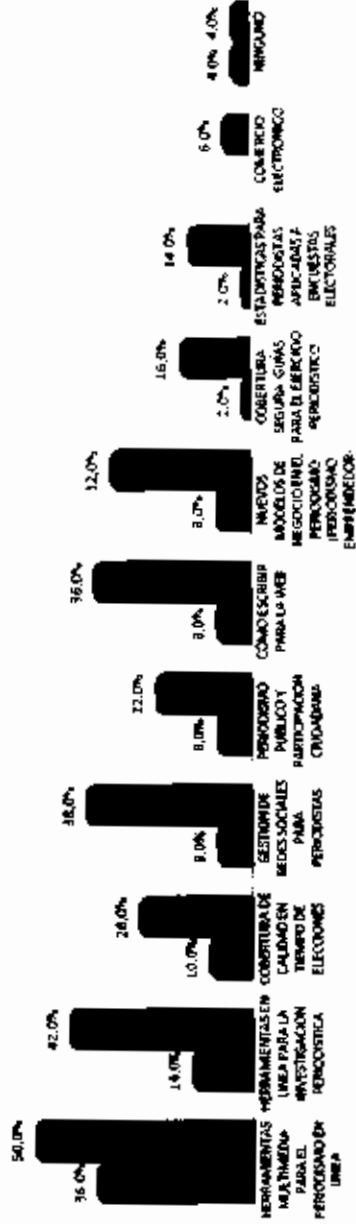
De la siguiente tarjeta, dígame por favor cuáles son los 3 cursos que le parecen más atractivos para estudiar.

BASE: 58 CASOS

PRIMERA MENCIÓN

RESPUESTA MÚLTIPLE

SE MOSTRÓ TARJETA





VISION DEL PERIODISMO Y PRÁCTICAS PROFESIONALES

- El estudio refleja que los directivos son más críticos sobre el periodismo que se practica en México, que quienes no tienen personal a su cargo. Aceptan mayor intervención del gobierno en los medios de comunicación y piensan que el monopolio que hay en los medios no favorece la profesionalización del periodismo en el país.
- Sobre la veracidad de la información que transmiten los medios, se dividen las opiniones, entre quienes piensan que sí lo hacen y los que opinan que no todo lo que se difunde a través de los medios es verdad. Hay mayor grado de acuerdo entre los directores, en que los medios de comunicación reciben dinero o apoyo del gobierno y que para emprender un negocio en este sector, se necesitan tener palancas y amigos en el aparato gubernamental.
- En lo referente a las facilidades para desarrollarse como profesional del periodismo, los periodistas piensan que encontrar empleo en esta actividad no es fácil, tampoco lo es, tener un sueldo digno. 72% cree que se puede ser periodista en México sin tener la carrera profesional en esa área.
- La mitad de los entrevistados cree que son mejor pagados los periodistas que saben utilizar las tecnologías, aunque no están de acuerdo que el periodismo digital es mejor que el impreso.



POSICIONAMIENTO E IMAGEN DE LA UDEG VIRTUAL

- El sistema virtual de la UDEG es desconocido para los periodistas de la Cd. de México. Los entrevistados de Guadalajara la mayoría sabe de él; quienes identifican el Sistema Virtual de la UDG, un 70% dice tener una buena imagen de éste.
- A quienes les parece atractivo estudiar algún curso de periodismo en este sistema de la UDEG, mencionan entre las razones, el prestigio de la Universidad de Guadalajara.
- Cabe destacar las condicionantes a esta forma de capacitación en el Sistema Virtual de la UDEG, con relación a que se tengan temas de interés y buenos maestros.
- Los cursos evaluados que resultan más atractivos son:
 - Herramientas multimedia para el periodismo en línea
 - Herramientas en línea para la investigación periodística
 - Gestión de redes sociales para periodistas
 - Cómo escribir para la web
 - Nuevos modelos de negocio en el periodismo (periodismo emprendedor)



 Berumen

1. Diplomado "Diseño y Operación de Cursos en Ambientes Virtuales" Realizado en modalidad mixta del 16 de marzo al 20 de agosto de 2004, con una duración de 200 hrs.
2. Diplomado de Derecho Político y Administración Pública Municipal (Carga Académica de 30 hrs. aula) Impartido por la División de Estudios Jurídicos de la Universidad de Guadalajara y el Instituto de Administración Pública de Jalisco, Marzo de 1995.
3. Diplomado en Desarrollo de Habilidades Académicas, cursando la asignatura de autoestima y la asignatura de Recuperación y análisis de la Práctica Educativa en el ciclo escolar de verano de 1997, en el I.T.E.S.O, desarrollado en el mes de julio del mismo año.
4. Diplomado de Alternativas Didácticas para la Enseñanza, organizado por el Depto. De Formación docente de la Escuela Preparatoria No.5 de Septiembre de 1996 al mes de Agosto de 1997.
5. IV Seminario de Comercio Internacional, organizado por la Universidad de Guadalajara, teniendo como sede el Hotel Hyatt, los días 24,25 y 26 del mes de Noviembre de 1993.
6. Foro de Excelencia "Análisis e Innovación sobre Federalismo Fiscal" realizado el 22 y 23 de Julio de 1994, por el Instituto de Administración Pública del Estado de Jalisco.
7. Curso Taller "Planeando Tu Vida", impartido del 11 al 15 de Noviembre de 1996, por la Universidad de Guadalajara, el Instituto Mexicano del Seguro Social y el Instituto Mexicano de Investigación de Familia y Población, A.C
8. Curso "El Adolescente Escolar", en la Ciudad de Guadalajara, dentro del Simposio Regional de las Américas. Octubre de 1998.organizado por la Asociación Psiquiátrica Mexicana, Instituto Mexicano del Seguro Social, Universidad de Guadalajara.
9. Simposio "Tendencias y Retos de la Educación Media superior, hacia el siglo XXI", los días 25 y 26 de Noviembre de 1999. Organizado por el Sistema de Educación Media Superior y la Escuela Preparatoria No.5.
10. 5º Encuentro de Capacitación y Desarrollo de Personal 1999. "Crecimiento Humano y Laboral", que se realizó en las instalaciones del CUCSH, del 25 al 29 de Octubre de 1999.
11. XVI Foro Internacional de Emprendedores, que tuvo lugar en el Hotel Hacienda Cocoyoc en el Estado de Morelos del 9 al 14 de Julio de 2000, 2001,2002 ,2003 y 2004

Curriculum Rodrigo González Reyes

DIRECCIÓN: La noche 2583, Col. Jardines del Bosque, Guadalajara, Jalisco, México. C.p. 44520.

TELÉFONO: (0133) 3121 6880
Celular: 333143-4585

Correo: mamiferoparlante@yahoo.com.mx

FECHA DE NACIMIENTO: 12 de enero de 1978

GRADOS

- *Candidato a Doctor en Comunicación
- * Maestro en Comunicación
- * Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- * Técnico Superior en Ciencias de la Comunicación
- * Diplomado en Desarrollo Humano

FORMACIÓN ACADÉMICA

2008 - **Candidato a doctor**, Doctorado en Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina. Tesis en curso: "Rutas de uso, selección y apropiación tecnológica en la elección y consumo de bienes culturales digitalizados. Un estudio de economía moral entre jóvenes *heavy consumers*". Director de tesis. Dr. Guillermo Orozco G.

2006 – 2008 **Maestría en Comunicación**, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. Posgrado inscrito en el Padrón Nacional de Excelencia de Posgrado – Competencia Internacional del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT). Estatus de cursada: **becado completo**.
Promedio General: 99.2 / 100

Tesis presentada: *"El espacio público de la WEB en la transnacionalización de comunidades México-Estados Unidos. El caso de los sitios de oriundos desde sus usos sociales y asociativos"*. Director de Tesis: Dr. Guillermo Orozco Gómez.

1999 – 2004 **Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Estatus de cursada: **becado parcial**.
Grado obtenido el 12 de enero de 2006.

Cédula profesional: 4719370

Promedio General: 9.4 / 10

2003 - 2005 **Asistente Parcial de Investigación**, Dra Susan Street N., Dirección General Del Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social - Occidente, (CIESAS Occidente), Guadalajara, México.

2002 - 2005 **Asistente de Investigación Nacional III**, con Nombramiento de Secretaría de Educación Pública (SEP) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT). Investigador: Dr. Guillermo Orozco Gómez, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, CUCHS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

2001 - 2002 **Asistente Personal de Investigación - Tiempo Completo**. Dr. Guillermo Orozco Gómez, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), CUCHS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

2001 - 2002 **Asistente Temporal de Investigación**, Dr. Jesús Martín Barbero, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Guadalajara, México.

Docencia y coordinación académica

Docente, Comunicación y cultura, Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Calendario 2011 - A .

Docente, Formación de públicos y audiencias, Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Calendario 2011 - A.

Docente, Relaciones públicas, Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Calendario 2010 -B.

Coordinador Académico, Maestría en Comunicación y Tecnologías Educativas, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE - iniciativa UNESCO), Ciudad de México, México, Agosto 2008 - enero 2009.

Coordinación docente e instructor: seminarios interinstitucionales *Jóvenes, maestros y pantallas*. Instituciones participantes: Escuela Normal CRECE-Estipac (Licenciatura en educación normalista); UNIVA (bachillerato técnico en comunicación); UNIVER (licenciatura en comunicación y bachillerato técnico en comunicación); CONALEP II Jalisco (Bachilleratos técnicos), Instituto Koala (primaria), La morada infantil (Primaria), Escuela Urbana Irene Robledo (primaria). Universidad de Guadalajara, Televidancias A.C. Julio 2010 - enero 2011.

Docente, *Educación*, Maestría en Comunicación y Tecnologías Educativas, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE - iniciativa UNESCO), Ciudad de México, México. Agosto 2008 - enero 2009.

Profesor Adjunto de Asignatura en las materias:

*Filosofía II

*Epistemología de las Ciencias Sociales.

*Epistemología de la Educación.

PUBLICACIÓN

Libro

Título preliminar: **Metodología cualitativas**. Libro por encargo en proceso de escritura. Coautoría con Guillermo Orozco.

Tesis publicada

El espacio público de la WEB en la transnacionalización de comunidades México-Estados Unidos. El caso de los sitios de oriundos desde sus usos sociales y asociativos, Biblioteca Digital, Federación Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Flacso Andes, Quito, Ecuador. www.flacsoandes.org.

Capítulo de libro

La diáspora digital mexicoamericana y los sitios de oriundos: una mirada exploratoria al fenómeno y sus formas, en Zeyda Rodríguez (Coordinadora) Entrelazados comunicacionales, Pp. 171 – 192. Universidad de Guadalajara, agosto 2010. ISBN 978-607-450-266-4

Artículos en revistas académicas especializadas

“Los televidentes no nacen, se hacen. Una revisión a Televisión y producción de significados, 23 años después” (en coautoría con Darwin Franco), Razón y palabra, número especial, No. 75, ISSN 1605 – 4806, Instituto Tecnológico de Monterrey. Mayo 2011.

Personal Influence: a 55 años del descubrimiento de los líderes de opinión, Razón y palabra, número especial, No. 75, ISSN 1605 – 4806, Instituto Tecnológico de Monterrey. Diciembre de 2010, Instituto Tecnológico de Monterrey, mayo 2011.

“Nacidos para comprar. Reseña a la obra de Juliet Schor”, Revista Comunicación y Sociedad, nueva época, Universidad de Guadalajara, No. 14, Pp. 217 -220, ISSN 0188-252X, México, Julio 2010

“Capital social: un revisión introductoria a sus principales conceptos”, Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, Universidad de Manizales, Número especial, No. 2 Vol. 7, Pp.1731–1747, ISSN 1692-715X, Manizales, Colombia, diciembre 2009.

“Televisión en México. Un recuento Histórico”, Recensión de libro, Revista Perspectivas de la comunicación, Vol. 2, No. 1, Universidad de la Frontera, Chile, ISSN 0718-4867, Pp 162 – 163, Septiembre de 2009.

“La internet desde las comunidades de aprendizaje. Una perspectiva sobre la producción mediada del capital social”, Revista Mexicana de Investigación Educativa, Consejo Mexicano de Investigación Educativa (COMIE), No. 40, Vol. XIV, ISSN 1405-6666, México, enero – marzo 2009

"La educación hacia la comunicación: el reto actual de la sociedad del aprendizaje" en coautoría con Guillermo Orozco, Revista Educación, Ministerio de Educación, No. 333, Santiago de Chile, septiembre de 2008.

"Flujos informativos, riesgo e incertidumbre. Una propuesta teórica desde las representaciones sociales y algunos abordajes para su estudio", Revista Question, No. 18, Universidad Nacional de La Plata, Argentina, mayo de 2008. ISSN 1869-6581

"La diáspora mexicana *online*: pretextos de lectura en torno al capital social", en Revista Nómadas, No. 28, Universidad Central – IESCO, Colombia, Mayo de 2008. ISSN 0121-7550.

"Los estudios de recepción en América Latina. Un recuento con futuro" en coautoría con Guillermo Orozco, En Sphera Publica, Universidad Católica de Valladolid, España, Número Especial, 2007, ISSN 1180-9210.

"¿Es usted moderno o posmoderno?" En Revista Tragaluz, Grupo Editorial Tragaluz, México, Núm. 32, octubre de 2005. ISSN 1665-3270.

"Una televisión para la educación", recensión de libro, en Comunicación y Sociedad, Revista del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Núm. 4 Nueva época, julio – diciembre de 2005, Universidad de Guadalajara. ISSN 0188-252x.

"Salida de emergencia: sobre lo post de lo moderno" en Takwá Revista de Historia de la Universidad de Guadalajara, Núm. 7, otoño de 2003, Universidad de Guadalajara. ISSN 1870-5138.

Artículos in extenso

"Las redes virtuales, tutores informales: nuevas formas en la producción mediada de capital social", Memorias del Primer Congreso Virtual Iberoamericano de Calidad en Educación a Distancia EduQ@2008, Buenos Aires, Argentina, Octubre de 2008.

"De la red a la acción", Memoria del Encuentro AMIC 2008, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Monterrey, N.L., México, mayo de 2008.

"Internet y producción de capital social: el caso de la diáspora mexicana y el surgimiento de los sitios de oriundos en la WEB", Memoria del Encuentro, Unión Latina de Economía Política de la Información y la Comunicación, (ULEP-ICC), Noviembre 2007, México – España, ISSN 978-970-95812-0-1.

Los "sitios de oriundos" en la WEB: la diáspora mexicano-americana y el uso social de la Internet como nuevo mecanismo de producción de capital social, Memoria del Encuentro del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación 07 (CONEICC), México, Octubre 2007.

Los "sitios de oriundos": una visión de la diáspora mexicanoamericana y sus usos sociales de la WEB desde el enfoque del capital social, Memoria del X Congreso

*Introducción al Problema del Hombre.

Profa. Titular: Dra. Ruth Béjar Orozco, Centro de Formación Humana, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), 2002 – 2006
Guadalajara, Jal.

Profesor Titular del Área de Humanidades en Educación Secundaria y Profesor Titular de Inglés Avanzado en Educación Secundaria de tercer grado. Centro Educativo Los Pinos A.C. Directora: Mtra. Susana Herrera L. Guadalajara, Jal. Julio 2001 – agosto 2002

Profesor suplente de materias humanísticas en el Programa Sabatino de Preparatoria Abierta del ITESO (la institución se negó a extender constancia pues se perdieron los registros departamentales de la época). Julio 1999 – agosto 1999.

Profesor de Humanidades, Educación secundaria, Instituto Emmanuel Mounier, Guadalajara, México. Junio 1996 - agosto 1997

PERTENENCIA A ASOCIACIONES Y REDES

Miembro del Comité de Dictaminación de la Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara.

Co-coordinador y Co-fundador Red Iberoamericana de Doctorados en Comunicación (RIDOCOM), Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Vocal A de la asociación civil "Televidencias, Comunicación, Educación y Cultura A.C.", Guadalajara, México.

Miembro del Consejo Técnico, Revista Comunicar, Colectivo Andaluz de Educación y Comunicación Huelva, España. No. 29.

Miembro del Equipo de Investigación del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva, México.

Consultor especialistas, Directorio de Especialistas del Programa de Diplomado en Tecnologías de Información y Comunicación, UNAM. México, junio de 2009

Medios comerciales e iniciativa privada

2001 – 2003 **Editor de contenido** de la Revista Digital del portal WEB www.proyectogdl.com. Director General: Esteban Soto M. Guadalajara, Jal.

2002 – 2003 **Coproducer** de la emisión radiofónica Transmisión 0.2, 102.7 F.M, Radical, Televisa Radio / Grupo Proyecto GDL.

1998 – 2001 **Editorialista**, Equipo editorial Grupo Universo Magazine, Guadalajara, Jal.

1996 – 1998 **(voluntariado)**, Departamento de Relaciones Públicas, *Youth for Understanding México*, A.C.

Servicio Social: Diagramación del Portal de la *Red Iberoamericana de Estudios de Recepción*.

Tesis presentada: *Una mirada histórico contextual al fenómeno de los videojuegos*.
Director de tesis: Dr. Guillermo Orozco Gómez.

1994 – 1997 **Carrera Técnica (técnico superior) en Ciencias de la Comunicación**, Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA). Título obtenido: Técnico Superior en Ciencias de la Comunicación.

Servicio Social: Asistente de relaciones públicas, Zoológico de Guadalajara.

1997 – 1997 **Diplomado Desarrollo Humano Integral**, Universidad del Valle de Atemajac, Guadalajara, México.

IDIOMAS:

Inglés 577 puntos TOEFEL (julio 2009).

Francés Lectoescritura formal (formación vivencial)

Portugués Lectoescritura formal (CUI, Buenos Aires, Argentina)

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Investigación y gestión académica

2007 - **Investigador titular**, asociación civil Televidencias, Comunicación, Educación y Cultura, A.C., Director: Dr, Guillermo Orozco G., Guadalajara, México.

2007 - 2007 **Investigador adjunto**, asociación civil Televidencias, Comunicación, Educación y Cultura, A.C., Dr, Guillermo Orozco G., Guadalajara, México.

2006 – 2008 **Miembro del Equipo de Investigación** del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva, (OBITEL) capítulo México, Universidad de Guadalajara

2005 - 2009 **Asistente de Investigación** Dr. Guillermo Orozco Gómez. Becario del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI). Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), CUCHS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México

2005 – 2006 **Asistente de investigación**, Dra. Susan Street N. Directora Regional, Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social - Occidente (CIESAS Occidente), Guadalajara, México,

2005 - 2006 **Asistente de Dirección Regional**, Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social Occidente (CIESAS Occidente) / Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Guadalajara, México.

Reconodmientos Especiales

1.- Mención Honorífica, en el Premio Universitario a la Vinculación Universidad – Sociedad 2000, por el proyecto “Jóvenes Emprendedores”, Adscrito al Sistema de Enseñanza Media Superior, de la Universidad de Guadalajara. Entregado por el Rector González Romero, el 11 de Octubre de 2000.

2.- El Servicio Comercial de los Estados Unidos de América, Consulado General en Guadalajara, Reconoce el apoyo y participación en el evento de vinculación empresa – escuela, en el que se contó con la presencia del Secretario de Comercio de los Estados Unidos de América Sr. Donald Evans y el Secretario de Economía de México Sr. Fernando Canales Clariond, teniendo como sede la Escuela Preparatoria No.5 el día 28 de Junio 2004.

4.- Coordinadora del "Festival Jalisco Artistas Becarios", Organizado por el Consejo Estatal de la Cultura y las Artes de Jalisco, en los meses de Septiembre, Octubre y Noviembre de 1992.

5.- Directora de Relaciones Públicas del Consejo de Promoción y Fomento Turístico de Mazamitla de 1992 a 1994.

6.- Coordinadora Escolar del programa "Jóvenes Emprendedores" de la Preparatoria No.5. de 1997 a 2007.

9.- Miembro del Comité Editorial de la Revista Aportes Académicos de la Preparatoria No.5 de 1999 a 2001.

10.- Coordinadora de Calidad en la Escuela Preparatoria No.5 de junio de 2009 a enero de 2011" Implantando el Sistema de Gestión de Calidad con la Norma Internacional ISO 9001-2008 en los procesos administrativo de Ingreso, Permanencia y Egreso.

Miembro de Comisiones Especiales

1.- Miembro Propietario de la Comisión Dictaminadora para el Ingreso y la Promoción del Personal Académico del Sistema de Educación Media Superior para el Periodo del 1º de Agosto de 2006 al 31 de Julio de 2008.

2.- Miembro Propietario del Consejo de Escuela de la Preparatoria No.5 durante el periodo 2006-2007; 2007-2008.

3.- Miembro de la Comisión de Mejora del SGC de la Escuela Preparatoria No.5 de enero 2010 a enero 2011.

4.- Miembro del Consejo Tutorial de la Preparatoria No.5 ciclo escolar 2010 "A y B"

Trabajo Académico

1.- Elaboración de Planeaciones didácticas de las materias de Programa de Extensión y Filosofía III. Julio de 2007

2.- Participar en el Programa de Tutorías Académica de la Escuela Preparatoria No.5, como Tutor de Grupo, Coordinador de Nivel desde 1999.

3.- Participar en el equipo de trabajo para la Elaboración del Plan Estratégico Institucional de la Escuela Preparatoria No.5 para el periodo 2008—2010, 2010– 2012.

12. VIII Simposio de Educación Cátedra "Pablo Freire", con el tema "Ética y Conocimiento en la Transformación Social", realizado del 23 al 26 de Febrero de 2000, en las Instalaciones del ITESO.
13. Taller "Metodología de la Investigación filosófica", del 28 al 01 de agosto del 2003, impartido en la escuela preparatoria No. 5
14. Simposio de Contaduría, " III Milenio: El Umbral de la Excelencia", organizado por la Universidad Panamericana de Guadalajara, teniendo como sede el Hotel Plaza Guadalajara. Realizado los días 24,25 y 26 del mes de Noviembre de 1993.
15. Curso taller "Planeación, desarrollo y evaluación de la enseñanza" organizado por Picasa, del 17 al 21 de enero de 2005.
16. Curso Taller "El trabajo Cooperativo y los valores" realizado en la preparatoria 5 del 25 al 27 de noviembre de 2004.
17. Curso Taller "Introducción a los procesos de investigación" impartido del 25 al 29 de Julio 2005. Por Picasa, teniendo como sede la Preparatoria No.5
18. Curso Taller "Legislación Universitaria Aplicable a los Procesos de Ingreso y Promoción del Personal Académico" realizado en el Edificio Valentín Gómez Farías del 25 al 27 de enero del 2007.
19. Curso Taller de Formación de Evaluadores, los días 10 y 11 de julio de 2007 con una carga horaria de 40 horas, impartido por el Consejo Nacional de Evaluación para la Educación Media Superior, A.C.
20. Curso Taller; "los oradores y los discursos y la oratoria realizado en el mes de septiembre del 2008, organizado en la Escuela Preparatoria No.5
21. Curso Taller de planeación Estratégica Primera Fase con sede en la Preparatoria No. Y Segunda Fase en Mazamitla, Abril del 2008 con una carga horaria de 90 hrs.
22. Curso Taller "Inducción a la Calidad y a las Normas del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001-2000" Nov. 07 del 2008 Organizado por el INACS.
23. Curso Taller "Interpretación de la Norma ISO 9001- 2000, INACS 21 de Nov. De 2008
24. Curso Taller de "Elaboración de Documentos del SGC, Diciembre 16 de 2008, por parte del INACS.
25. Curso Taller de " Indicadores de Gestión y Herramientas Estadísticas para la medición, análisis y control de procesos. 16 de enero de 2009 por el INACS.

ANEXO 2. CURRÍCULOS DE LOS PROFESORES DE TIEMPO COMPLETO

Currículum Rosa Elena Richart Varela

Datos Personales

Domicilio: Blvd. Bosques de San Isidro # 1307 int. 115, Fracc. Valle de San Isidro , Zapopan Jalisco. CP. 45132

Teléfonos CASA: 38 11 91 89 CEL: 33 14 66 08 11

CURP: RIVR670818MJCCRS03

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de Nacimiento: 18 de Agosto de 1967

Lugar de Nacimiento Guadalajara Jalisco

No. Del IMSS: 489671331

Correo Electrónico: rerv4767@hotmail.com

Datos Laborales

Dependencia:

Nombramiento: Profesor Titular "A" Tiempo Completo

Código: 8710597

Ultimo Grado Obtenido

Maestría en Educación con especialidad en "Metodología de la Docencia, de la Universidad del Golfo. Titulada el 5 de junio de 1999.)

Otros Estudios: Diplomados, Foros, Cursos, Talleres, Simposios,



RECOMENDACIONES

- Si bien la aceptación a la modalidad virtual es alta, también lo es la percepción de que tiene desventajas, siendo la más recurrente la **falta de interacción y retroalimentación** con los participantes del curso y los maestros. Por lo que es un aspecto que tendría que trabajarse en el diseño del curso y en la comunicación que se haga para la promoción de éstos.
- Se tiene que ofrecer prácticas dentro del curso, hubo menciones a que este tipo de plataforma no permite o incentiva la realización de ejercicios, algo esencial en el periodismo.
- Los directores mencionan que las cualidades más importantes en los periodistas son la capacidad de análisis, búsqueda de la información y poder expresarse de forma oral y escrita, por lo que es algo que debe valorarse en el diseño de las herramientas on line.
- Los cursos que más han tomado en línea tiene que ver con periodismo digital, coincidente con el interés en especializarse en esa materia, por lo que se ve un área de oportunidad para la apertura de cursos y especializaciones.
- Finalmente, es conveniente dar mayor difusión al Sistema Virtual de la UDEG, los periodistas de la Cd. de México desconocen esta opción educativa.





- Sobre las prácticas profesionales, los periodistas se sienten menos hábiles en las referentes al manejo de tecnologías, como la edición de audio y vídeo y las nuevas plataformas de redes sociales y sitios informativos on line.
- La mayoría de entrevistados se manifiesta interesado en tomar algún curso relacionado con el periodismo y comunicación o en que el personal a su cargo los tome. No así la profesionalización de quienes no tienen la carrera de periodismo. Los directores se muestran a favor de que se cursen estudios de periodismo digital.

CAPACITACIÓN EN LINEA

- En general hay apertura a ésta, siempre y cuando los cursos sean de temas de su interés y con buenos maestros.
- 3 de cada 10 han tomado algún curso on line, cuya experiencia fue positiva en la mayoría de los casos.
- Las principales ventajas que ven en la capacitación en línea son el manejo de horarios y tiempo que le dedican al curso, así como la comodidad de evitar desplazamientos.
- Las desventajas que asocian con esta modalidad, es la poca o nula interacción con maestros y compañeros, lo que demerita la calidad de la educación que reciben, al tener muy poca retroalimentación y solución de dudas. También aducen aspectos como la falta de disciplina que puede propiciar, así como la probabilidad de fallas técnicas.



que puede propiciar
Berjurnen
www.berjurnen.com



PRINCIPALES HALLAZGOS



PERIODISTAS

UBGVAQUILIN

Muy atractivo

Algo atractivo

Poco atractivo

Nada atractivo

La U de G y mejor ofrece cursos y especialidades en periodismo, que atraen al estudiante a algún curso de periodismo en forma virtual.

La capacitación continua es vital, la actualización es obligada para el periodista

Brinda la posibilidad de actualizarse sin descuidar el trabajo debido a la regularidad en horarios y practicidad de no trasladarse a una institución.

Posibilita mejorar el nivel académico y mejorar en el ámbito laboral

Lo práctico que resulta estudiar en la modalidad virtual

El prestigio de la U de G y éxito que ha tenido la U de G virtual

Posibilita el crecimiento profesional y laboral

Da la oportunidad de estar actualizado

Habría que considerar la temática que ofertan y la plantilla de maestros.

Al ser virtual, la tecnología y el periodismo es muy práctico

Hay preferencia por la formación presencial

Se percibe a la U de G con conflictos internos lo que genera una

percepción negativa de la universidad

Ya se tiene la maestría en el tema

Se tendría que revisar la plantilla de profesores

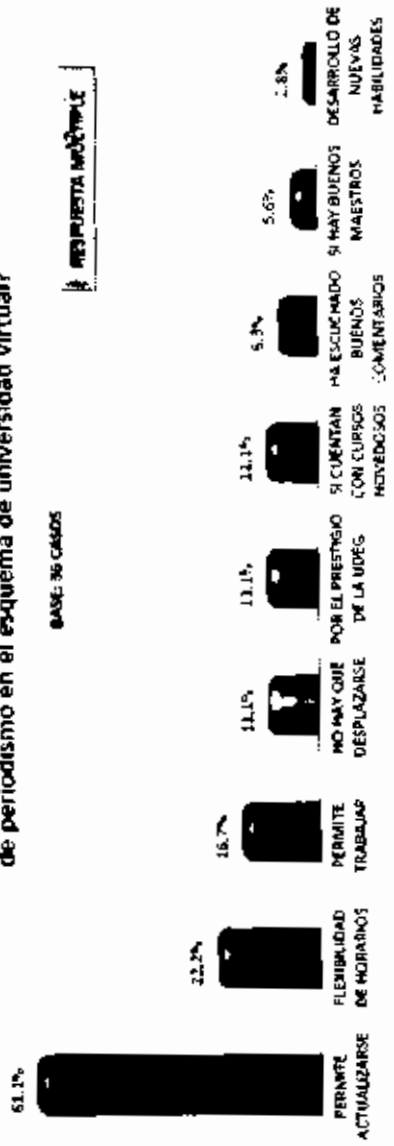
El periodismo requiere de mucha práctica y de forma virtual solo se abordaría de forma teórica

Por que

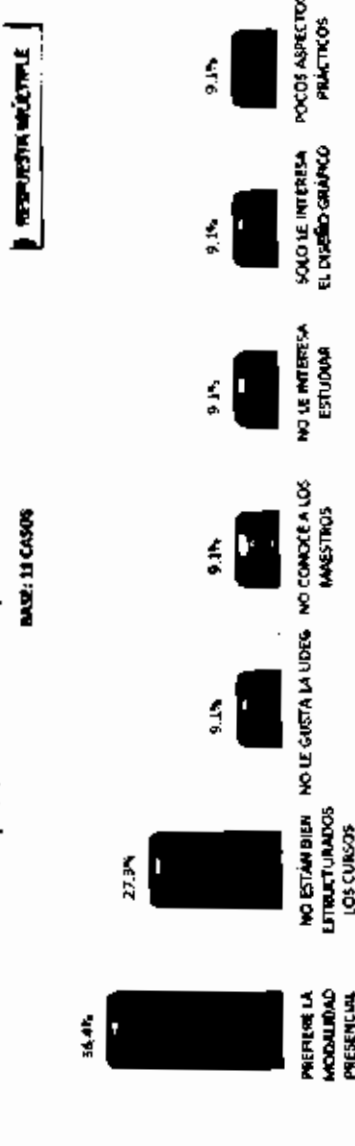




¿Por qué es muy atractivo ó algo atractivo para usted estudiar algún curso de periodismo en el esquema de universidad virtual?



¿Por qué es poco atractivo ó nada atractivo para usted estudiar algún curso de periodismo en el esquema de universidad virtual?





¿Conoce usted el sistema virtual de la Universidad de Guadalajara?

UBGVIRTUAL

BASE: 56 CASOS

MEXICO	3.3%	56.7%
GUADALAJARA	80.0%	20.0%

NO: 65%

SI: 34%



En escala de muy buena, buena, mala o muy mala,
¿Qué opinión tiene del sistema virtual de la Universidad de Guadalajara?

BASE: 17 CASOS

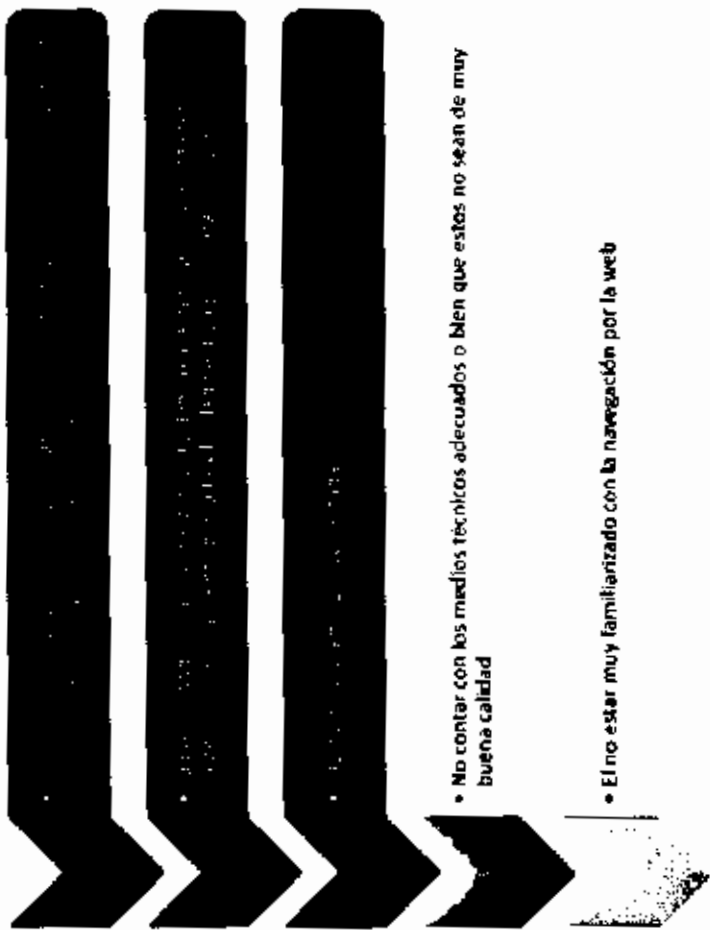


- BUENA
- REGULAR
- NO SABE





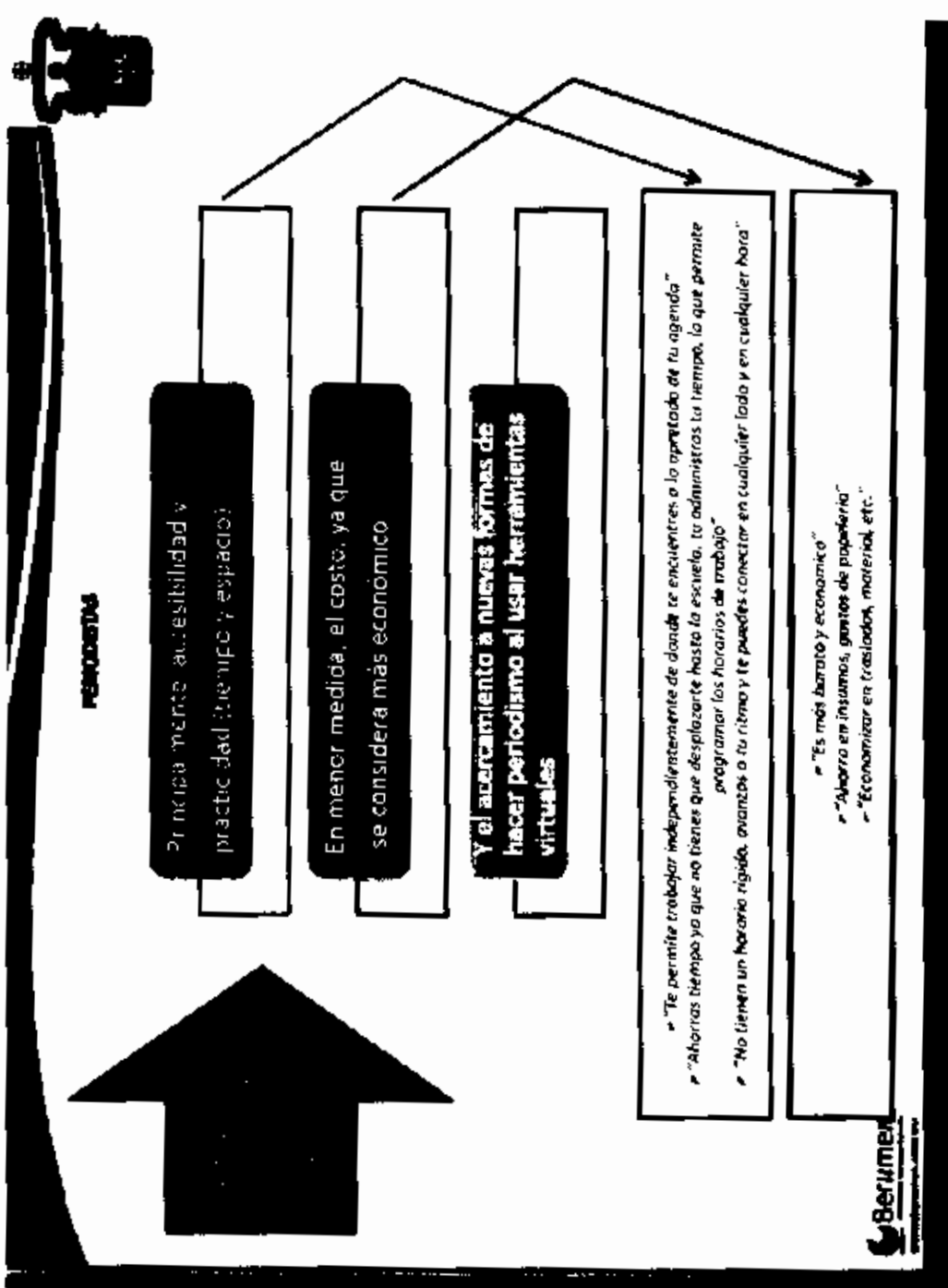
PROBLEMAS



• No contar con los medios técnicos adecuados o bien que estos no sean de muy buena calidad

• El no estar muy familiarizado con la navegación por la web







Personalmente, ¿Le gustó la experiencia de tomar un curso en línea?

PERSONAS QUE MÁS TOMARON ALGUN CURSO EN LÍNEA

BASE: 17 CASOS

NO: 7,7%



SI: 92,3%

Comodidad (tiempos, lugar, duración)

Te da la oportunidad de adaptar tus tiempos
"No tienes que desplazarte y puedes tomar el curso a cualquier hora"
"Se me facilitó por mis horarios de trabajo"



"El maestro abarcaba perfectamente el tema"
"El maestro era bueno, aprendí mucho"
"Fue muy buena retroalimentación de la instructora"

Experiencia positiva

"Estar a la vanguardia en las nuevas tecnologías"

Desarrollo de herramientas de investigación

"Me facilitó muchas herramientas para la investigación"
"Amplié mis conocimientos, sobre todo en otros campos de trabajo como la alerta periódica"

Obtención de conocimientos

Comentarios de participantes que tomaron el curso en línea
"Me gustó mucho el curso, me ayudó a mejorar mi conocimiento en el tema de la alerta periódica"
"El curso me ayudó a mejorar mi conocimiento en el tema de la alerta periódica"





En una escala de muy interesado, interesado, poco interesado o nada interesado.
 Dígame ¿Qué tan interesado se encuentra usted en... ?

PERIODISTAS
 BASE: 42 CASOS

¿Qué tan interesado se encuentra usted en... ?
 periodismo de investigación



PERIODISTAS QUE NO TIENEN LICENCIATURA
 BASE: 5 CASOS

¿Qué tan interesado se encuentra usted en... ?
 periodismo de investigación



PERIODISTAS QUE NO TIENEN MAESTRÍA
 BASE: 16 CASOS

¿Qué tan interesado se encuentra usted en... ?
 periodismo de investigación



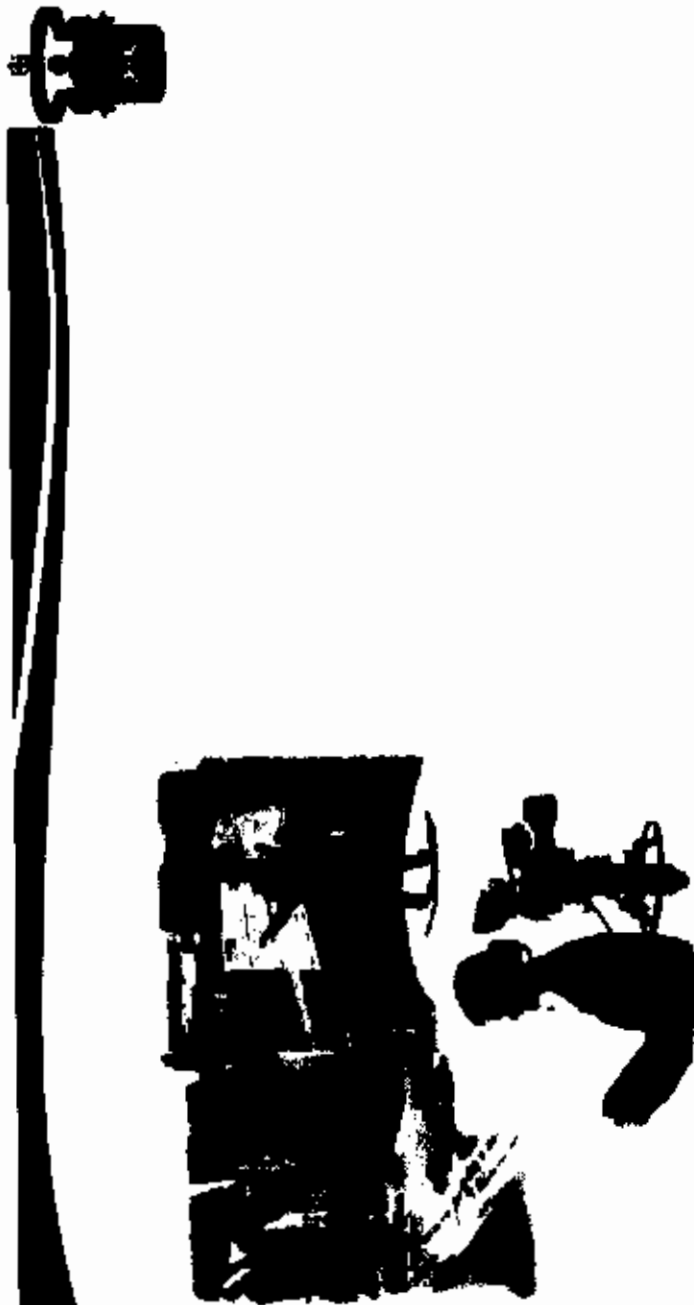
¿Qué tan interesado se encuentra usted en... ?
 periodismo de investigación



PERIODISTAS QUE NO TIENEN ESTUDIOS DE PERIODISMO
 BASE: 12 CASOS

¿Qué tan interesado se encuentra usted en... ?
 periodismo de investigación





INTERÉS EN PROFESIONALIZACION EN PERIODISMO



Desventajas de estudiar de manera virtual

"La falta de retroalimentación directa, no hay una empatía, ni una comunicación efectiva"
"No hay trato con los profesores, me gusta más tratar directamente con ellos porque disipan las dudas de una manera más clara y amplia"
"No hay un contacto directo con los profesores, no interactúas con tus compañeros y no hay retroalimentación de grupo"

"La falta de disciplina por la libertad de elegir tus tiempos"
"Ser indisciplinado al no completar tareas ya que no hay nadie que te presione"
"Falta de atención y concentración"
"Luego no le pones tanto empeño porque no tienes quien te jale las riendas para hacer lo"

"Existen muy pocas maestrías en el sistema virtual"
"Faltan mejores temáticas"
"Hay muy poca difusión"

"No estamos muy familiarizados con el sistema virtual"
"No tener los medios y servicios adecuados"
"Problemas técnicos, como dificultades con la conexión a internet"

"una cosa es que te den la receta y otra que la hogas, faltarian las practicas de campo"



Mencionan también que no se le da suficiente valor académico al estudiar un curso o posgrado en línea



Costos



Principio de accesibilidad y practicidad (tiempo y espacio)

El costo

Desarrollar una autodisciplina

• "Al ser en línea es más accesible en tiempos"
• "No te tienes que desplazar y lo puedes utilizar a tus tiempos"
• "La oportunidad de horarios, ubicación geográfica ya que se puede tomar en cualquier lugar que tengo conexión a Internet"

• "Acceder a horarios diversos, no trasladarse a un plantel"
• "Los costos son más accesibles"
• "Ahorros dinero, gasolina, tiempo, traslados y además no contaminas en el auto"

• "Autodisciplinarse una disciplina que se pone en perspectiva por el interés de aprender, en un curso en línea debes de tener interés por aprender, no por prender la computadora vas a aprender"





En general, ¿Qué opinión tiene usted de la capacitación en línea?

DIRECTORES

BASE: 8 CASOS



Sin embargo se considera que en ocasiones no se toma como una opción de capacitación debido a:



- Un diseño inadecuado de los cursos
- Falta de credibilidad en el sistema virtual "no se le ha dado el valor suficiente"
- La percepción de que en la modalidad virtual sólo se adquiere la preparación teórica "la práctica en línea no la hay"
- Requiere de dedicación y constancia





INTERÉS EN PROFESIONALIZACION EN PERIODISMO

DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

Berjimen
www.berjimen.com

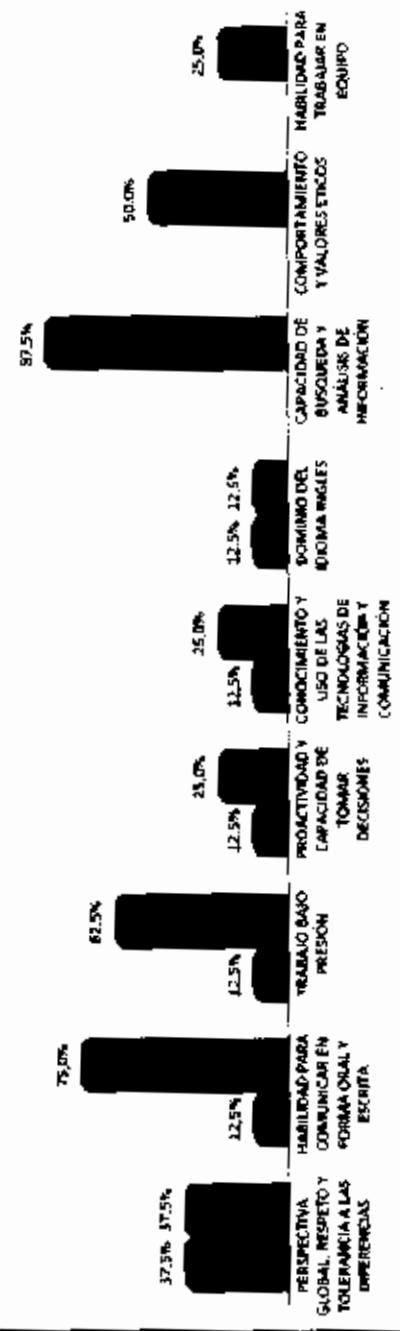


De la siguiente tarjeta que le voy a mostrar, por favor ordene del más importante al menos importante para usted, los siguientes aspectos que debe tener un egresado universitario especializado en periodismo para su desempeño profesional.

DIRECTORES
BASE: 8 CASOS

SE MOSTRÓ TARJETA

● PRIMERA MENCION
● TRES PRIMERAS MENCIONES



Internacional IBERCOM "Comunicar la unidad de la diversidad", México, Noviembre de 2007.

Colaborador Investigador en los capítulos

"¿De una expresión cultural a un mero objeto de consumo? Un itinerario de la telenovela en México", Autor: Guillermo Orozco para publicarse en el libro *Hacia un estudio de la cultura popular en la Península Ibérica: una aproximación comparada*, Santiago de Compostela; coordinador Lorenzo Vilches. En prensa.

"TV in Mexico", Autor: Guillermo Orozco (2005), en COOPER-CHEN, Anne (coord.) *Global Entertainment Media*, Lawrence Erlbaum, Nueva Jersey, ISBN 0-8058-5169-0.

Coordinación de cuidado editorial de libros y monográficos

"Televisión en México. Un recuento histórico". Autores: Guillermo Orozco y Francisco Hernández (2007), Universidad de Guadalajara, México, ISBN 978-970-27-1302-9.

"Un mundo de visiones". Autor: Guillermo Orozco (Ed.) (2007), Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, México, ISBN 970-792-041-6.

"Educomunicación en América Latina", Número monográfico especial, No. 29, Revista Comunicar, Grupo Pedagógico Andaluz, España, ISSN 1134-3478/DL:H-189-93 (2007).

"Anuario de la Ficción 2009", Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva, México – Brasil, Globo Universidade, Sao Paulo, Brasil. Coorrevisor.

Traducción de artículos

Thomas Tufte, (2007) **"Soap Operas y construcción de sentido: Mediaciones y etnografía de audiencia"**, en Comunicación y Sociedad, No. 8, Número especial XX aniversario, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. ISSN 0188-252x. Inglés – Español. Pp. 89-112. (traducción delegada personalmente por el autor).

Guillermo Orozco (2007) **"Podemos ser más creativos al pensar sobre cómo adoptar generalizadamente la innovación tecnológica en la educación"** En Revista Matrizes, Núm. 1, Universidad de Sao Paulo, Sao Paulo. ISSN 1982-2073. Inglés – Español Pp. 209-118

Traducción a portugués, **Papelería institucional y documentos de difusión**, panel Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva, ALAIC / Congreso da las Américas, México, DF, Julio 2008.

Publicaciones en prensa o en dictamen

"Entrevista a Guillermo Orozco: propuestas sobre la planificación doctoral en programas de posgrado en comunicación en América Latina", Revista Tra(m)pas de la Comunicación y la Cultura, Universidad Nacional de La Plata, Número especial RIDOCOM

"Pensar la comunicación desde América Latina: Un estado de la cuestión de la formación de doctores en Comunicación en universidades latinoamericanas", Revista Tra(m)pas de la Comunicación y la Cultura, Universidad Nacional de La Plata, Número especial RIDOCOM. Coautoría con RIDOCOM

"La sociología clásica norteamericana de la comunicación y su actualidad en los estudios de opinión" (colaboración con Liliana Demirdjian), Comunicación y sociedad, Universidad de Guadalajara, Diciembre de 2010.

"Contextos de inclusión tecnológica. Una revisión de estudios en México y Argentina" (en coautoría con Dorismilda Flores y Esaú Bravo), Global Media Journal, noviembre de 2010.

"Los sitios de oriundos en el proceso de transnacionalización México-Estados Unidos. Un acercamiento al caso del sureste mexicano", Revista Sur de México, Universidad Autónoma de Yucatán (UADY). Artículo por pedido (Dr. Esteban Krotz) / Número Inaugural, febrero de 2009.

Dictámenes a obras académicas realizados

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, marzo 2011.

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, febrero 2011.

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, enero 2011.

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, septiembre 2010.

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, 2008.

Codictaminación con comentarios a la **"Ley para la Equidad e Igualdad entre Mujeres y Hombres del Estado de Jalisco"**, a propósito de materia mediática. A petición de Campo Nuevo A.C., México, 1 de agosto 2008.

Codictaminación a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Mediaciones, Universidad Minuto de Dios, Colombia. 13 agosto 2008.

Codictaminación a libro (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación, UNAM, noviembre de 2007.

Codictaminación a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicare, Universidade Cásper Líbero, Brasil, 8 de septiembre 2008.

Reseña a obra y entrevistas concedidas y publicadas

*Reseña a obra, Periódico El regional, Universidad Nacional de Neiva, Colombia, agosto de 2010

*Reseña a obra, Proyecto Comunicación Transnacional, Departamento de Estudios da la Comunicación Social (DECS). <http://mexicopolis.net/circuito/index.php>. Julio de 2010.

*Entrevista pedida para periódico mexiconorteamericano *Guadalajara Reporter*, aparecida con el título "How videogames are changing the world", Guadalajara, Jalisco, 4 de febrero 2009, sección Columns.

*Entrevista pedida para *Periódico Mural-Milenio*, aparecida con el título "Migran a la Red", sobre las comunidades virtuales de migrantes mexicanos y mexicoamericanos en Internet, en el marco de las movilizaciones masivas del 1° de mayo de 2006, Guadalajara, Jalisco, Sábado 6 de mayo de 2006, P. 8, sección Comunidad.

PONENCIAS y CONFERENCIAS

Conferencista internacional invitado. Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Conferencia "Teoría de la argumentación". Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, La Plata, Argentina, 15 julio de 2010.

Conferencista internacional invitado. Ciclo experiencias recientes de investigación en comunicación y cultura en América Latina, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Conferencia "Internet, migración y transnacionalización: la diáspora digital mexicoamericana". La Plata, Argentina, 9 de junio de 2010.

Ponente. Primer Congreso Iberoamericano de Calidad en Educación a Distancia Eduqua 2008, Ponencia "Las redes virtuales, tutores informales: nuevas formas en la producción mediada de capital social", Mendoza, Argentina, 29-31 de Octubre de 2008.

Ponente. Semana de Sociología, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara. Ponencia "Los sitios de oriundos, un fenómeno mediático-migratorio inexplorado", Guadalajara, 27 de mayo de 2008.

Ponente. Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) 2008. Ponencia "De la red a la acción: la diáspora virtual mexicanoamericana desde de la perspectiva del capital social", Monterrey, 6 – 9 de mayo de 2008.

Ponente. VI encuentro Internacional de la Unión Latina de la Economía Política para la Información la Cultura y la Comunicación (ULEP-ICC). Ponencia "Sitios de oriundos" en la WEB: la diáspora mexicano-americana y algunos usos sociales de la Internet como nuevos mecanismos de producción de capital social", México, Noviembre 2007.

Ponente. X Congreso Internacional del IBERCOM "Identidad Iberoamericana. Comunicar la unidad de la diversidad". Ponencia "Los sitios de oriundos": una visión de la diáspora mexicanoamericana y sus usos sociales de la WEB desde el enfoque del capital social", Guadalajara, 21 y 22 de noviembre de 2007.

Ponente. Encuentro Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Ponencia "Los usos sociales desde el capital social. El caso de la diáspora mexicana y el surgimiento de los "sitios de oriundos en la WEB" 16,17 y 18 de octubre de 2007.

Ponente. Encuentro de Comunicación 2002. Ponencia "Campo comunicativo: experiencias, retos y encuentros", Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2002.

Ponente y Coordinador del Panel. Jornadas de Comunicación 2001 "Comunicación, estudiantes y futuros profesionales", Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2001

Ponente. Jornadas de Comunicación 2001. Ponencia: "Comunicación, jóvenes practicantes y campo académico". Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2001

Ponente. Coloquio "Los procesos de comunicación y salud en el adolescente", Semana de Comunicación GECyTVA – UNIVA, Universidad del Valle de Atemajac, 26 de febrero 1996.

***Coordinación logística** en la "Presentación del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), Capítulo México, Feria Internacional del Libro (FIL) y Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Universidad de Guadalajara, noviembre de 2005.

***Asistencia logística** en el IX Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre de 2005.

***Coorganizador** "Primer Congreso Internacional OBITEL", OBITEL México y Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Universidad de Guadalajara, Octubre 2007.

***Asistencia logística** en el VIII Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre de 2004.

***Asistencia logística** en el Panel "Al filo de las pantallas. Educación en la era de la visualidad tecnificada", VII Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara", noviembre de 2003.

***Asistencia logística** en el VI Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre 2002.

PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN DE MÁS DE UN AÑO DE DURACIÓN

Coordinador de proyecto y equipo de trabajo. "Desarrollo de comunicación institucional para Jalisco Hambre Cero A.C." Jalisco Hambre Cero / Banco de Alimentos / Licenciatura en Comunicación Pública, Universidad de Guadalajara (Diciembre 2010 -)

Co-coordinador de proyecto y equipo de trabajo. "Observatorios de televisión en la escuela: un espacio para desarrollar la interacción crítica y creativa de docentes y estudiantes con las pantallas (montado en 10 escuelas de Jalisco). Titular Dr. Guillermo Orozco, Consejo estatal de Ciencia y Tecnología de Jalisco (COECyTJAL) –U de G, Televidencias A.C. (diciembre 2010 – marzo 2011).

Co-coordinador de proyecto. "¡Apantállate! La interacción educativa de jóvenes con las pantallas. Titular Dr. Guillermo Orozco, Televidencias, A.C. (2008-).

Administrador de proyecto binacional. "Difusión internacional de buenas prácticas de divulgación científica hechas en Jalisco, México y Trieste, Italia". Titular: Dr Guillermo Orozco, COECyTJAL – Televidencias A.C. (2008-2008).

Investigador Titular: "El espacio público de la WEB en la transnacionalización de comunidades México Estados Unidos", Investigación posgradual, CONACyT, Universidad de Guadalajara (2006-2008).

Responsabilidad: **asistente de investigación.** "Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva" (OBITEL). Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario Ciencias Sociales y Humanidades, Un. de Guadalajara. (2005-2008).

Responsabilidad: **asistente de investigación.** "Jóvenes y usos sociales de Internet. Investigación comparativa entre Montreal, Guadalajara y Cuernavaca". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Univ. de Guadalajara - Universidad de Montréal (2006-2008).

Responsabilidad: **asistente de investigación.** "Maneras de estar y de ser y medios de aprender frente y más allá de las pantallas".. Titular: Dr. Guillermo Orozco Universidad de Guadalajara, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades(2004-2006).

Responsabilidad: **asistente de investigación**. "Pedagogía de la televidencia noticiosa". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (2003-2004).

Responsabilidad: **asistente de investigación**. "Percepciones, apropiaciones y usos de las noticias televisivas por familias mexicanas". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (2002-2003).

TUTORÍAS ACADÉMICAS

Director de tesis. Alumna: Alma Celia Galindo Núñez. Tesis en proceso. Maestría en gestión y desarrollo social, Universidad de Guadalajara. Cal. 2010 - B- hasta la fecha.

Lector de coloquio. Alumna: Alma Celia Galindo Núñez. Maestría en gestión y desarrollo social, Universidad de Guadalajara. Diciembre, 2010.

Tutor académico (3° semestre), Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Febrero – julio 2011.

Tutor servicio social (7° semestre), Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Febrero – julio 2011.

Director de proyecto de titulación. Alumna: Luz Girenia Ontiveros. Proyecto de titulación. Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara. Calendario 20010 – B.

Sinodal. Examen profesional, alumno: Hugo García Díaz. Tesis: "La recepción televisiva del fútbol-pantalla en espacios comerciales". Maestría en Comunicación, Departamento de Estudio de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. 24 de enero de 2011.

Sinodal. Examen profesional, alumna: Citlalli González Ponce. Tesis: "Fotografía y contexto comunicativo: la lectura fotográfica en niños de Aguascalientes y Ocumicho, Michoacán". Maestría en Comunicación, Departamento de Estudio de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. 14 de septiembre de 2010.

Aesor de tesis. Alumna: Rocio del Carmen Ascencio Jaime. Tesis: "Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva: una mirada al fenómeno de las telenovelas mexicanas como aproximación a la observación de la violencia". Licenciatura en Sociología, Universidad de Guadalajara, México. Enero de 2008.

Sinodal. Examen profesional, alumno: Alejandro Huizar Moreno, Reporte de prácticas en campo. Licenciatura en Sociología, Universidad de Guadalajara. 2 de junio de 2006.

DISTINCIONES

*Invitación a pertenecer, en calidad de especialista, al Directorio de Especialistas del Programa de Diplomado en Tecnologías de Información y Comunicación, UNAM, México, 6 da junio de 2009

* Aceptación como Alumno Convocatoria 2008 – 211, Doctorado en Ciencias Sociales – Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS Occidente). 56 concursantes, 9 aceptados nacionales. Doctorado inscrito en el Programa Nacional de Excelencia CONACyT. Invitación declinada por desaparición de línea institucional de investigación. 11 de agosto 2008.

* Finalista en competencias nacional abierta por la plaza de Profesor-Investigador Tiempo Completo, Licenciatura en Comunicación, Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México. (Invitación declinada por compromiso institucional irrevocable). 18 de julio 2008.

* Becario de investigación del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI). Cuerpo Académico Televisión, Historia, Producción y Recepción, Universidad de Guadalajara Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Guadalajara, Jal., 2006 – 2008.

* Beca de Excelencia en Apoyo al Posgrado, CONACyT, Maestría en Comunicación, Universidad de Guadalajara.

* Puntaje reportado en Examen Nacional de Posgrados CENEVAL EXANI III: 1,155 puntos. Mayo de 2006.

* Beca Parcial a Compromiso Académico, Licenciatura en Comunicación, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)

* Invitación a fungir como Investigador Educativo (declinada), Museo Interactivo El Trompo Mágico, Gobierno del Estado de Jalisco, Guadalajara, Jal., Marzo 2005.

* 2° Lugar en el CONCURSO ESTATAL DE CONOCIMIENTOS DGETI – 1997 representando a la Universidad del Valle de Atemajac, UNIVA.

* 2° Lugar en el concurso de cuento corto UNIVA, 1995.

FORMACIÓN MENOR

*Curso de posgrado "Análisis de datos cualitativos en interfaces ATLAS T.I.", Federación Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Buenos Aires, Argentina, julio de 2010.

*Seminario de Especialización "Ciberculturas". Dr. Klaus Bhrun Jensen, Universidad de Copenhagen. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, enero de 2008.

*Cátedra de Investigadores Nacionales / Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva / Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, primer semestre de 2006.

*Seminario Procesos cognitivos en la lengua inglesa "Superthink", Houghton Muffin International, 2002.

*Seminario "Enseñanza de la lectura, una visión comunicativa", LIUMUSA, Encuentro Nacional de Enseñanza, Guadalajara, Jalisco, marzo de 2001.

*Programa "*Vinculación Industrias Comunicacionales - Sector Privado*", UNIVA / Patronato para el Desarrollo Empresarial Mexicano, Jóvenes Emprendedores A.C. Enero - junio 1995.

*Seminario "Literatura Comparada", Programa literario XII Feria Internacional del Libro, Departamento de Letras, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, diciembre de 1998.

*Programa de Licenciatura en letras hispánicas, Universidad de Guadalajara, septiembre - febrero de 1998.

PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

Consejo de Carrera de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ITESO, 2002

Currículum Rosalía Orozco Murillo

Nacionalidad: Mexicana
RFC: OOMR710831-JU4
Mall: orozmur@hotmail.com
Teléfono: 3311 652608

Perfil profesional:

Experiodista. Académica de Tiempo Completo en la Universidad de Guadalajara. Investigadora, especialista e interesada en estudiar los temas relacionados con el periodismo, su cultura, sus transformaciones y relaciones.

Formación académica

Maestría en Comunicación. Universidad de Guadalajara (2004-2006). Grado obtenido mediante la modalidad de examen profesional el 25 de julio de 2007. Título de la tesis: *Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia la caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México*. Directora: doctora María Elena Hernández Ramírez. Programa adscrito al padrón de excelencia del CONACYT.

Licenciatura en Letras. Universidad de Guadalajara (1991-1995). Título obtenido mediante la modalidad de examen profesional el 12 de enero de 1999. Tesis: *Libros devotos en Guadalajara, dos ediciones de Manojito de Flores*. Investigación realizada con el apoyo del CONACYT durante los años 1997-1998. Directora de la tesis: doctora Carmen Castañeda.

Cargos académicos

Jefe del Centro de Formación en Periodismo Digital. Sistema de Universidad Virtual. Universidad de Guadalajara. Desde febrero de 2011 a la fecha.

Presidenta de la Academia de Periodismo y Nuevas Tecnologías. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. De marzo del 2009 a la fecha.

Coordinadora del Programa Educativo de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. Universidad de Guadalajara. Septiembre de 2008 a Enero de 2011.

Presidenta del Comité de Titulación de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. De septiembre de 2008 a la fecha.

Representante institucional de la Licenciatura en Periodismo, de la Universidad de Guadalajara, ante el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). De marzo del 2008.

Premios, becas y distinciones

"Reconocimiento a Perfil Deseable", que otorga la Secretaría de Educación Pública, a través del Programa de Mejoramiento del Profesorado (*PROMEP*). Julio de 2009-Agosto 2012.

PRIMER LUGAR en el Premio Nacional de Tesis de Maestría, que otorga el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), con la tesis "Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia la caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México". Octubre del 2008.

Beneficiaria de la beca "Apoyo a la Incorporación de Nuevos Profesores de Tiempo Completo", que otorga la Secretaría de Educación Pública, a través del Programa de Mejoramiento del Profesorado (*PROMEP*). Septiembre 2008 a Marzo de 2010.

Premio Estatal de Periodismo 2004 en el género de entrevista. Otorgado por la Universidad Autónoma de Nayarit y el Instituto Tecnológico de Tepic. 7 de junio de 2004.

Mención Honorífica en el género de crónica en el Premio Estatal de Periodismo 2004. Otorgado por la Universidad Autónoma de Nayarit y el Instituto Tecnológico de Tepic. 7 de junio de 2004.

Becaria del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), para cursar la Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara. Febrero a Junio del 2006.

Investigaciones

Cuerpo Académico: Estudios sobre periodismo, comunicación política y consumo mediático.

Identificación del CA: UDG-CA-407

IES: Universidad de Guadalajara. Consolidación: En formación

Líneas de investigación:

1. Estudios sobre periodismo, comunicación política y consumo mediático.
2. Relaciones prensa-poder y análisis de prácticas periodísticas.

Grupos y redes de investigación: Red de Estudios Sobre Periodismo (REJ). Página de internet *Sur le Journalisme* (<http://www.surlejournalisme.com>).

Proyecto de investigación en curso:

Colaboradora del proyecto *Worlds of Journalisms: The Mexican case* (Culturas periodísticas el caso mexicano). Financiado por la Fundación Alemana para la Investigación (German Research Foundation, DFG) y la Fundación Nacional de Suiza para la Ciencia (Swiss National Science Foundation, SNSF).

Objetivo general

Explorar la vigencia de la "cultura universal del periodismo" en el contexto mexicano, para "mapear" las variaciones que el concepto "cultura del periodismo" tiene en diversas naciones, considerando los diferentes tipos de organizaciones de medios, prácticas individuales y factores contextuales. Página web del proyecto: www.worldsofjournalisms.org

Otras investigaciones

Colaboración durante el 2007 y 2008 en el proyecto "Modelos de financiamiento en el periodismo mexicano". Dirigido por la Dra. María Elena Hernández Ramírez. Proyecto con registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Participación como investigadora asistente, durante el período Junio-Diciembre de 2005, en el proyecto de investigación "Franquicias periodísticas y sinergias productivas: hacia nuevos modelos de financiamiento en el periodismo mexicano", dirigido por la Dra. María Elena Hernández Ramírez. El proyecto tiene registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Auxiliar en el proyecto de investigación "Consumo de la Prensa en el Occidente de México" (el caso de Jalisco), que dirigió el Mtro. Pablo Arredondo Ramírez. Proyecto con registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara. 2005 y 2006.

Auxiliar de investigación en el proyecto de investigación "Comunicación y transición Política en México", dirigido por el Mtro. Pablo Arredondo Ramírez. Universidad de Guadalajara. 2005.

Colaboradora en el proyecto de investigación "Las prácticas de la lectura y la escritura en la Nueva Galicia", dirigido por la doctora Carmen Castañeda. Registrado en el CIESAS

Occidente. Resultado: tesis de licenciatura *Libros devotos en Guadalajara, dos ediciones de Manajita de Flores*. Examen Profesional realizado el 12 de enero de 1999.

Auxiliar en el Programa de investigación Teatral "Juan José Arreola". En total se prestaron 900 horas de labores que fueron reconocidas como Servicio Social para la Universidad de Guadalajara. CUCSH, División de Estudios Históricos y Humanos. Departamento de Letras. Abril de 1995 a junio de 1996.

Auxiliar de investigación en el programa "Motivación a la Investigación para Estudiantes Sobresalientes". Documenté y redacte parte de la base de datos para el "Índice Bio-Filmográfico de Cineastas Mexicanos", proyecto dirigido por el Dr. Eduardo de la Vega Alfaro. Universidad de Guadalajara. Coordinación de Medios. Marzo 1994-febrero 1995.

Publicaciones

Autora del artículo: "Urgente acotar atraso en telecomunicaciones". Publicado en *La Gaceta de la Universidad de Guadalajara*. 28 de junio de 2010.

Autora del libro: *Relaciones prensa-gobierno en Tepic. Una caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Editorial cucsh-udg, enero del 2010.

Autora del artículo científico: "Modelos teóricos sobre la relación medios-Estado. Un mapa conceptual para analizar la relación prensa poder-público", en el libro *Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Editorial cucsh-udg, junio de 2010.

Coautora del artículo científico: "Franchises journalistiques et synergies productives dans la presse mexicaine". En el libro *Figures du Journalisme*. Dirigido por Dominique Augey, François Demers y Jean-François Tétu. Canadá 2008: Les Presses de l'Université Laval.

Autora del artículo de divulgación cultural: "Por los caminos reales de Ixtlán". Periódico *Nayarit Opina Milenia*. Tepic, Nayarit. Jueves 5 de febrero de 2004.

Autora de nueve ensayos: "De Huidobro a Neruda", "Gabriela Mistral y el Ansia de Vivir", "La obra rulfiana en el cine", "Vicente Huidobro: hacedor de realidades", "César Vallejo y la desolación", "El paisaje de la muerte en la obra de Xavier Villaurrutia", "La música inefable de San Juan de la Cruz", "Nicanor Parra y la desmitificación de la poesía", y "La novela caballeresca, pastoril y picaresca en el siglo XVI". De febrero a octubre de 1998. En la revista cultural *Criterios*. Guadalajara, Jalisco.

Actividades de divulgación y difusión del conocimiento

Moderadora de la mesa "Ética y responsabilidad social del periodismo en tiempos de cambio". En el Museo del Periodismo y las Artes Gráficas (MUPAG). Organizado por el Sistema de Universidad Virtual, Fundación Manuel Buendía y MUPAG. 21 de octubre de 2011.

Moderadora de la mesa "Periodismo digital en América Latina". En V Jornadas de Periodismo. 21 de octubre de 2009, Centro Universitario de la Ciénega.

Moderadora de la mesa "Periodismo ambiental en la era digital". En el IV Encuentro Internacional de Periodistas, durante la Feria Internacional del Libro de Guadalajara. 5 de diciembre de 2008. Universidad de Guadalajara.

Ponente en la mesa redonda "Las transformaciones del periodismo", con investigadores de la Universidad de Rennes I (Francia), de la Universidad de Brasilia (Brasil) y de la Universidad de Guadalajara. 8 de mayo de 2008, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH). Universidad de Guadalajara.

Ponente en el Décimo Congreso IBERCOM, ¿Identidad Iberoamericana?, organizado por la Asociación Iberoamericana de Comunicación. Ponencia: Relaciones prensa-gobierno en Tepic: Un acercamiento a prácticas dominantes en el periodismo mexicano. 22 de noviembre de 2007. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Guadalajara.

Impartí la conferencia "Estudios sobre la relación medios-poder político" a estudiantes de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Querétaro. Querétaro, 1 de junio de 2007.

Lecturas y dictámenes de artículos científicos

Dictaminé el artículo: "Quem faz a notícia no parlamento brasileiro? Análise comparativa das rotinas dos newsmakers do Senado Federal", para su publicación en la revista *Comunicação y Sociedad*. Enero del 2009.

Dictaminé el artículo: "El fin de la armonía, la crisis dentro de la Cooperativa Excelsior, 1965", para evaluar las aportaciones del escrito al campo del periodismo y ver si aceptaba en la revista *Comunicação y Sociedad*. Julio del 2008.

Docencia

Profesora de Tiempo Completo de la Universidad de Guadalajara. Desde septiembre del 2007 imparto cursos en las Licenciaturas de Periodismo y Comunicación Pública, y en el Centro de Formación en Periodismo Digital:

Taller de Prensa II. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. Impartida 4 semestres. Agosto 2008, hasta la fecha.

Taller de Prensa I. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. Un semestre y hasta la fecha.

Periodismo de Investigación. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Política y Sociedad. Cuciénega. Centro Universitario de la Ciénega. 6 semestres. Agosto 2007, junio 2010.

Seminario de Teorías y Técnicas de la Investigación Periodística. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. 2 semestres. Agosto 2009-Junio 2010.

Géneros Periodísticos. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Dep. de Estudios de la Comunicación Social. Agosto 2009-Enero 2010.

Periodismo Económico y Financiero. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Estudios Económico e Internacionales. Centro Universitario de la Ciénega. 5 semestres. Agosto 2007- Enero 2010.

Investigación Periodística. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Impartida dos semestres.

Comunicación Escrita. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. Impartida dos semestres.

Otras instituciones educativas

Historia del Arte. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). División de Enseñanza Media Superior. Agosto-Diciembre de 2007.

Historia del Arte. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Centro Universitario Guadalajara Lamar. Agosto de 1996 a Diciembre de 1998.

Comunicación y Literatura. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Centro Universitario Guadalajara Lamar. Agosto de 1996 a Diciembre de 1998.

Actividades de vinculación y gestión académica

Organicé la conferencia magistral "La dimensión sonora de la comunicación mediática", que impartió el Dr. Ángel Rodríguez Bravo a estudiantes de la Licenciatura en Periodismo. En el Centro Universitario de la Ciénega. 27 de noviembre de 2009.

Organicé la presentación del libro *De realidades, ficciones y otras noticias. Estudios sobre reportajes ejemplares*. Del autor José Garza. En el auditorio Mario Rivas Souza. Centro Universitario de la Ciénega. 2 de diciembre de 2009.

Organicé el II Concurso de Fotoperiodismo "Revélate con imágenes", que se llevó a cabo en el Centro Universitario de la Ciénega, el día 11 de diciembre de 2009.

Organicé las V Jornadas de Periodismo, que se llevaron a cabo los días 20, 21 y 22 de octubre de 2009, en el Centro Universitario de la Ciénega, en Ocotlán, Jalisco.

Como presidenta del Comité de Titulación he organizado cuatro cursos de titulación y gestioné la tramitación las Actas de Titulación de los egresados de la Licenciatura en Periodismo, en el Centro Universitario de la Ciénega. Desde septiembre del 2008 a junio de 2010.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en las LXVIII y LXVII Asambleas Ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizadas los días 12 y 13 de marzo del 2009, en Tlaxcala; y 7 y 8 de octubre del 2009, en Villahermosa, Tabasco.

Organicé la "Reunión Internacional de Análisis sobre las Perspectivas del Periodismo Digital en el Contexto de las carreras de periodismo del Cusur y del Cuciénega". Llevada a cabo el 17 de junio de 2009 en el Centro Universitario de la Ciénega.

Organicé el I Concurso de Fotoperiodismo "Revélate con imágenes", que se llevó a cabo en el Centro Universitario de la Ciénega, junio de 2009.

Organicé la Conferencia Magistral "La nueva reforma electoral y su impacto en los noticieros", que impartió el Mtro. Gabriel Sosa Plata a estudiantes de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. 12 de febrero de 2009.

Organicé la "Charla entre Sanjuana Martínez y estudiantes de periodismo". Centro Universitario de la Ciénega. 1 de diciembre de 2008.

Organicé el Curso de Titulación del calendario escolar 2008-B, al que se registraron 23 egresados de la Licenciatura en Periodismo. Mismos que se titularán en la modalidad de Examen Global Teórico Práctico en el siguiente semestre. Diciembre 2008 a enero de 2009.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en la LXVI Asamblea Ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizada los días 16 y 17 de octubre del 2008, en Ciudad Juárez, Chihuahua.

Colaboré en la organización del seminario: "Las Relaciones Públicas en la Comunicación Estratégica: Perspectivas para la profesión, la enseñanza y la investigación". Llevado a cabo los días 19, 20 y 21 de febrero de 2008. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH). Universidad de Guadalajara.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en la LXV asamblea ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizada los días 6 y 7 de marzo del 2008, en Monterrey.

Colaboré en la organización de la mesa redonda: "Las transformaciones del periodismo", con la participación de investigadores de la Universidad de Rennes I (Francia), de la Universidad de Brasilia (Brasil) y de la Universidad de Guadalajara. Llevado a cabo el jueves 8 de mayo de 2008, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Guadalajara.

Diseño curricular a nivel posgrado y licenciatura

Asesora disciplinar para los trabajos de Reforma Curricular del programa educativo Licenciatura en Periodismo de la Universidad de Guadalajara. Coordinación de Innovación Educativa y Pregrado. Agosto de 2011 a la fecha.

Participé como asesora experta disciplinar en las reuniones de trabajo para el diseño curricular de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo de la Universidad de Guadalajara. Marzo – octubre de 2011.

Diseño del programa "Escritura para medios digitales", que forma parte del programa educativo Maestría en Periodismo Digital, del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Aprobado por el Consejo General Universitario el 28 de Octubre de 2011.

Coordinadora de los trabajos para la Actualización del Plan Curricular de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. De agosto de 2009 a febrero de 2011.

Asesora disciplinar para la creación de la Maestría en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Enero-Diciembre de 2010.

Elaboré el programa "Investigación Periodística". Licenciatura en Comunicación Pública. Aprobado por el Consejo General Universitario el 21 de Octubre de 2006 (Dictamen N. 1/2006/363). Universidad de Guadalajara CUCSH. División de Estudios de la Cultura. Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

Colaboré de enero a junio de 2006 como asistente de investigación documental en los trabajos de la Comisión para diseñar el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública. Aprobado por el Consejo General Universitario el 21 de Octubre de 2006 (Dictamen N. 1/2006/363). Universidad de Guadalajara. CUCSH. División de Estudios de la Cultura. Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

Actualizaciones a nivel profesional y disciplinar

Curso presencial "Periodismo de Vanguardia: La Cobertura Digital en el Siglo 21". Instituto de las Américas, La Jolla, California, Estados Unidos. 25 al 30 de septiembre de 2011.

Curso en línea "Desarrollo de proyectos en medios digitales" que impartió el Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas. EU. Mayo-Junio de 2011.

Curso en línea "Diseño educativo por competencias" organizado por el Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Del 6 de diciembre de 2009 a enero de 2010.

Curso en línea "El desafío y las oportunidades del periodismo digital" organizado por el Centro de Periodismo Digital de Guadalajara. Del 17 de enero al 28 de febrero de 2010.

Curso en línea "Herramientas Básicas para el Profesor en la Plataforma Moodle" organizado por el Programa Institucional de Capacitación y Actualización para la Superación Académica (PICASA) de la Universidad de Guadalajara, con una duración de 20 horas. Del 18 al 21 de enero de 2010.

Curso presencial "Socialización de indicadores de Acreditación CONAC" organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. Realizado el 7 de octubre de 2009 en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Seminario presencial "Formación de evaluadores", organizado por el Consejo de Acreditación de la Enseñanza de la Ingeniería. Realizado en el Centro Universitario de la Ciénega, durante septiembre de 2009.

Curso-taller presencial "Estrategias de enseñanza en metodología de la investigación". Del 13 al 16 de julio de 2009. Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara.

Curso presencial "Sistema ISO y su Interpretación". Del 23 al 27 de marzo de 2009. Centro Universitario de la Ciénega. Programa de Formación y Capacitación del Personal Administrativo de la Universidad de Guadalajara.

Curso en línea "Cómo escribir para la Web". Impartido por Guillermo Franco. Organizado por la Fundación Knight para el Periodismo en las Américas y la Universidad de Texas, en Austin. Julio y agosto de 2009.

Curso en Línea "Herramientas digitales para el periodismo investigativo". Impartido por Sandra Cruccianelli. organizado por la Fundación Knight para el Periodismo en las Américas y la Universidad de Texas, en Austin. Curso en línea: Septiembre-octubre de 2008.

Seminario presencial: "Las Relaciones Públicas en la Comunicación Estratégica: Perspectivas para la profesión, la enseñanza y la investigación". 19, 20 y 21 de febrero de 2008, CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Curso presencial "Uso de la tecnología para enriquecer el aprendizaje". Cursos de actualización para el personal docente que realiza el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). 27 de julio de 2007. (15 horas).

Participé en el Seminario Internacional en Gestión Gubernamental y Políticas Públicas para el Desarrollo. Organizado por el Instituto de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Guadalajara, 12, 13 y 14 de julio 2007. (21 horas en total).

Diplomado presencial Apreciación Cinematográfica. Diez módulos. Coordinación de Medios. Universidad de Guadalajara. Septiembre 1994 a Julio de 1995.

Tomé el taller La imagen de México en las literaturas y el cine europeo y estadounidense (sigloXX). Impartido por el doctor Friedhelm Schmidt (universidad Libre de Berlín) Departamento de Letras. UdeG. Diciembre de 1995.

Actividades profesionales extra-académicas

Editora del sitio de Internet del Centro de Formación en Periodismo Digital: www.centroperiodismodigital.org; febrero de 2011 a la fecha

Colaboradora del sitio francés de Internet *Sur le Journalisme* (www.surlejournalisme.com), donde varios investigadores difundimos información académica sobre periodismo. De mayo del 2008 a la fecha.

Editora de la sección Nacional en el diario *El Nuevo Siglo de Guadalajara*. Actividades realizadas: Planear y coordinar durante seis días a la semana la edición de los contenidos informativos de la sección. Periodo: Noviembre de 2004 a Abril de 2007.

Reportera. *Nayarit Opina Milenia*. Cubría las fuentes del Ejecutivo estatal, iniciativa privada y educación. Marzo de 2003 a Junio de 2004.

Coeditora en las secciones Televisión y Arte y Gente en el diario *Público*. Funciones principales: editar notas informativas de las agencias de noticias y de reportajes escritos por reporteros. Noviembre de 1999 a julio de 2001.

Idiomas

Curso IELTS (International English Language Testing System). Richmond Adult Community College. Londres. Diciembre de 2002. Dominio escrito y hablado del 95 por ciento.

First Certificate in English. University of Cambridge. Local Examinations Syndicate. Certificate grade C. Junio de 2002. London, England.

Curriculum Israel Tonatiuh Lay Arellano

Datos Generales

Domicilio: Calle Sierra de Pihuamo Edificio Tenamaxtlán Departamento 13, Col. Infonavit Independencia, C.P. 44240, Guadalajara, Jalisco.

Teléfono: 36370345

RFC: LAAI750417DW9

e-mail: tonatiuh_lay@yahoo.com.mx y tonatiuh_lay@hotmail.com

A. EXPERIENCIA ACADÉMICA	DOCUMENTO
1.1.1.3 IMPARTICIÓN DE CURSOS A NIVEL POSGRADO	Impartición de materia Seminario de Investigación, UNIVER, cuatrimestre sep-dic 2003 y ene-abril 2004
	Profesor línea de fundamentación teórica, MEIPE, sede Ciudad Guzmán, feb-jul 2003
1.1.2.2 IMPARTICIÓN DE CURSOS DE EDUCACIÓN ABIERTA EN LICENCIATURA	Impartición materia Laboratorio de proyecto integrador de titulación (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Gestión de políticas culturales internacionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Análisis y diseño de políticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Evaluación de proyectos institucionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Laboratorio de proyecto integrador de titulación (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B
	Impartición materia Gestión de políticas culturales internacionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B

	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), semestre 2010 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Intervención sociocultural (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-

	UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A

	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-

	UdeG, semestre 2007 A
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A
1.1.2.4 DE ACTUALIZACIÓN	Las reformas a la legislación de medios (Radio, cine y TV): una mirada multidisciplinaria, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, noviembre de 2010.
1.1.2.6 IMPARTICIÓN DE CURSO DE FORMACIÓN DOCENTE	Impartición del curso Conceptualización y contextualización del programa educativo, SUV-UdeG, sep-oct 2009.
1.2.9. DISEÑO DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN ABIERTA	Diseño como experto disciplinar del curso en línea Gestión de políticas culturales internacionales, Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, mayo-agosto 2009
1.3.9 ELABORACIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL	Realización del video Por los caminos de la zona cañera
	Realización del video Las ciencias sociales tienen sentido
	Realización del video El Río
2.1.2 PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS Y PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN FINANCIADAS POR INSTITUCIONES EXTERNAS	Estancia posdoctoral en el Centro de Estudios de las Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, febrero de 2011 a la fecha.
	Estancia posdoctoral en el Centro de Estudios de las Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, febrero de 2010 a enero de 2011.
2.2.4 PRODUCTOS DE INVESTIGACIÓN DEMANDADOS Y FINANCIADOS POR EL SECTOR PÚBLICO, PRIVADO O SOCIAL A TRAVES DE CONVENIOS	Investigación Salas cinematográficas y vida cotidiana en Jalisco, balance en el 2003-2004, Programa de Estímulos a la Creación y al Desarrollo Artístico, Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de

INSTITUCIONALES.	Jalisco, 2004.
	Investigación Salas cinematográficas, consumo y espacio urbano en Guadalajara 1980-2001, Fondo Estatal para la Cultura y las Artes de Jalisco, 2002.
2.3.2 LIBRO CIENTÍFICO INDIVIDUAL	Análisis del proceso de la iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica de 1998, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, 2005.
2.3.4.1 PONENTE	Coloquio Las asociaciones en México, Siglo XIX y XX, Universidad de Guanajuato, mayo de 2011.
	XXIII Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Mayo de 2011.
	Quinto encuentro semestral de metodología aplicada a la investigación en comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2011.
	Presentación del libro: Nuevo régimen jurídico de cine mexicano, Facultad de Ciencias políticas y sociales de la UNAM, noviembre de 2010.
	Coloquio "El desarrollo de la sociedad civil en México: un enfoque multidisciplinario", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, octubre de 2010.
	4to. Encuentro Nacional y 1er. Internacional sobre Estudios Sociales y Región, Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara, octubre de 2010.
	XV Encuentro Nacional CONEICC, Universidad Iberoamericana, octubre de 2010.
	X Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Pontificia

	Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, septiembre de 2010.
	X Congreso sobre estudios del Tercer Sector, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, septiembre de 2010.
	Mesa de Análisis: La nueva legislación de medios, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, agosto de 2010.
	XXII Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Universidad Iberoamericana, junio de 2010.
	Foro Telecomunicaciones y legislación de medios, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2010.
	XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de sociología (ALAS), Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Argentina, septiembre de 2009.
	5 Coloquio Nacional de Historia del Cine Regional, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, julio de 2009.
	XXI Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, junio de 2009.
	XX Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Universidad Autónoma de Nuevo León, mayo de 2008.
	XIV Encuentro Nacional CONEICC, Universidad Veracruzana, octubre de 2007.
	XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, agosto

	de 2007.
	XIX Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, mayo de 2007.
	Congreso Estatal de Investigación Educativa, Secretaría de Educación Jalisco, diciembre de 2006.
	Encuentro "Los retos del posgrado", Secretaría de Educación Jalisco, octubre de 2006.
	III Coloquio Nacional de Historia del Cine Regional, Centro de Investigación y Estudios Cinematográficos, Universidad de Guadalajara, marzo de 2005.
	Coloquio Internacional cultura y libertad: Proyecto emancipador martiano, Centro de Estudios Martianos, La Habana, Cuba, abril de 2002.
	VIII Simposio Internacional sobre el Pensamiento Filosófico Latinoamericano, Universidad Central de Las Villas, Santa Clara, Cuba, enero de 2002.
	Segundo evento académico interdepartamental, CUCSH-UdeG, septiembre de 2001
	Primer evento académico interdepartamental, CUCSH.UdeG, junio de 2000.
	I Coloquio de historia del cine regional en México, XV muestra de cine mexicano en Guadalajara, marzo de 2000.
2.3.4.2 CONFERENCIA MAGISTRAL	La construcción de la sociedad civil en el espacio público, Jornadas de Comunicación, Universidad Autónoma de Querétaro, septiembre de 2011
	Wikileaks y Anonymous, ¿hacia la redefinición de la libertad en internet?, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, marzo de 2011.

	Sociedad civil, democracia y poderes fácticos en la discusión de la reforma a la Ley Federal de Radio y TV, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, mayo de 2010.
	La legislación en materia cinematográfica. Antecedentes y actualidad, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2010.
	Las Reformas a la Ley Federal de Radio y TV y a la Ley Federal de Telecomunicaciones, XV Encuentro Nacional de Estudiantes de Sociología, Facultad de Estudios Superiores Aragón-UNAM, mayo de 2008.
	Democracia deliberativa vs poderes fácticos en México, II Congreso Nacional de Estudiantes de Sociología, Universidad Autónoma del Estado de México, campus Zumpango, noviembre de 2007.
	El quehacer del científico social, Escuela preparatoria de Tonalá, SEMS-UdeG, mayo de 2003.
	El papel de la teoría social, Maestría en educación con intervención en la práctica educativa, sede Ciudad Guzmán, Jalisco, marzo de 2003.
3.1.1 PARTICIPACIÓN EN EVENTOS CON PARTICIPACION. CONFERENCIA	Conferencia Plazas comerciales de la zona metropolitana, LVII Cursos de información, Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan, 1974-2006, marzo de 2006.
	Las salas de cine en Guadalajara 1980-2000, Diplomado Rescate de identidad de la zona metropolitana de Guadalajara: Una propuesta pedagógica, diciembre de 2003.
3.2 ARTICULO DE DIVULGACION	Censuras y poderes fácticos, Revista zócalo, año XI, número 135, mayo de 2011.
	Medios, acumulación y poder. Revista Análisis Plural,

	Semestre 2 (2010), Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) marzo de 2011.
	La sociedad civil y la discusión de la legislación de medios, Revista Zócalo, año X Número 129, noviembre de 2010.
	Políticos defraudan a ciudadanos otra vez, Revista Zócalo, año X Número 124, junio de 2010.
	Las salas cinematográficas en Jalisco, Revista Ventana Interior, Centro Occidente, No. 39, CONACULTA, México, agosto de 2010.
3.4.2 LIBRO DE DIVULGACION COLECTIVO	Las plazas comerciales en Guadalajara. Publicado en: 35 años de historia 974-2009: libro conmemorativo de los cursos de información sobre Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan, H. Ayuntamiento de Guadalajara. Editor: Ramón Mata, 2009.
	Salas cinematográficas, consumo y espacio urbano en Guadalajara. En: Microhistorias del cine en México, Universidad de Guadalajara, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Mexicano de Cinematografía, Cineteca Nacional, Instituto Mora, México, 2000.
3.7 COORDINACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS ESPECIALIZADOS	Primera Reunión Académica de alumnos y asesores de la Licenciatura en Gestión Cultural, zona valle de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 27 y 28 de junio de 2011
	Coloquio "El desarrollo de la sociedad civil en México: un enfoque multidisciplinario", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, octubre de 2010.
	Foros de Consulta Ciudadana para la Elaboración del Programa Nacional de Derechos Humanos, Unidad

	para la promoción y defensa de los derechos humanos, Secretaría de Gobernación, octubre-diciembre de 2007.
3.9 ARBITRAJE DE ARTÍCULOS O LIBROS	Dictaminación de artículo "Against the wal(l): a postcolonial theory of Mexico, Wal-mart and the idea of progress" para la Revista Espiral del CUCSH, Julio de 2007.
4.3 PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN ARTÍSTICA	Proyección del cortometraje La Hacienda, Sección de video, XVII Muestra de Cine Mexicano en Guadalajara, marzo de 2002.
	Proyección del cortometraje La Hacienda, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., Guadalajara, Jalisco, diciembre de 2001.
	Presentación del cortometraje en video El Río, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., Guadalajara, Jalisco, noviembre de 2000.
4.5 GUIÓN DE CINE, RADIO, TEATRO, TELEVISIÓN O COREOGRAFÍA	Guión para medimetraje Estambul, febrero de 2008.
	Guión para medimetraje Pueblo de miel derramada, septiembre de 2001.
	Guión de TV La gran aventura del código Tochan, noviembre de 1991.
4.6 DIRECCIÓN Y/O EDICIÓN DE CINE, RADIO, TEATRO, CONJUNTOS MUSICALES, TELEVISIÓN O GRUPOS DE DANZA	Dirección del cortometraje La Hacienda, 2001.
5.2 COMO MIEMBRO DE LAS COMISIONES ACADÉMICAS DEL CONSEJO: GENERAL UNIVERSITARIO, DE ESCUELA O FACULTAD, O SU EQUIVALENTE	Integrante del Consejo de Centro (CUCSH) periodo 2002-2003

	Integrante del Consejo de Centro (CUCSH) periodo 2001-2002
5.4 PREMIOS O DISTINCIONES INSTITUCIONALES POR LA LABOR ACADÉMICA	Reconocimiento, XVII Ceremonia de reconocimiento y estímulo a estudiantes sobresalientes, abril de 1999.
B. FORMACIÓN ACADÉMICA	
4.3 TÍTULO DE LICENCIATURA	Título de licenciado en sociología por la Universidad de Guadalajara, mayo de 2000
7.2 GRADO DE MAESTRÍA	Título de maestría en ciencias sociales por la Universidad de Guadalajara, octubre de 2004.
8.2 GRADO DE DOCTORADO	Acta de titulación, marzo de 2009.
9 DOMINIO DE LENGUA DISTINTA A LA PROPIA	Certificado de inglés básico, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., abril de 1994.
	Diploma de Inglés avanzado, Programa Universitario de Lenguas Extranjeras, Universidad de Guadalajara, diciembre de 1993.

CURRICULUM VITAE

LUIS FERNANDO RAMÍREZ ANAYA

- Datos personales
- **Fecha de nacimiento:** 22 de Noviembre de 1978
 - **Lugar de nacimiento:** Sahuayo, Michoacán.
 - **Domicilio actual:** en Zapopan, Jalisco, México
 - **Teléfono:** (52 33) 1581-2509 (Casa).
 - **Celular:** (52 33) 1196-8806
 - **Correo Electrónico:** luisfernandoram@yahoo.com
 - **Estado civil:** Soltero.

- Formación
- **POSGRADO**
Maestría en Comunicación
Universidad de Guadalajara. Departamento de Estudios de la Comunicación Social (2004 – 2006).
Programa dentro del CONACYT
 - **POSGRADO**
Maestría en Psicoterapia
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente
Departamento de Salud, Psicología y Comunidad (2005 – 2006)
Maestrante
 - **GRADO**
Licenciatura en Desarrollo Educativo Institucional
Universidad La Salle Guadalajara.
Guadalajara, Jalisco (1999 – 2003).
 - **GRADO**
Licenciatura en Ciencias Religiosas.
Universidad La Salle Guadalajara.(Sin RVOE)
Guadalajara, Jalisco (1999 – 2003).
 - **PREPARATORIA**
Hnos. López Rayón
Sahuayo, Michoacán (1994 – 1997).

- Categorías y distinciones académicas
- **Profesor Titular**
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente
Departamento de Salud, Psicología y Comunidad (15 de Mayo 2009)
 - **Profesor de Tiempo Completo**
Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual (1 de Febrero de 2011)

Asistencia y participación en cursos y congresos

- **Proulex Certificado Avanzado: Inglés**
Universidad de Guadalajara. Proulex (160hrs) Diciembre de 2010
- **Curso: "Diseño de cursos de capacitación basados en Estándares de Competencia"**
Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales.
(Octubre de 2010)
- **Proulex Certificado: Inglés**
Universidad de Guadalajara. Proulex (160hrs) Agosto de 2010
- **Curso de Capacitación de Instructores para el Módulo II "Desarrollo de Competencias del Docente en Educación Media Superior"**
Del diplomado en Competencias Docentes en el Nivel Medio Superior (Nov. de 2009)
- **Curso de Inglés como Segunda Lengua**
Universidad de Regina, En Regina, Saskatchewan, Canadá, (Verano 2008)
- **Congreso: 1er Congreso Internacional "Intervención y Praxis Comunitaria"**
Ponencia: "Construcción de grupos de apoyo comunitario".
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Facultad de Psicología
(Octubre del 2007)
- **Seminario: "El Acto suicida: Crónica de un anuncio sin esperanza... ¿Será siempre así?"**
Red Interinstitucional para la Prevención del Suicidio en el Estado de Jalisco.
(Septiembre del 2007)
- **"II Seminario Internacional en Gestión Gubernamental y Políticas Públicas para el Desarrollo"**
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente ITESO
(Julio de 2007)
- **Curso-Taller: "Planificación, Gestión y Evaluación de Proyectos Sociales"**
Departamento de Salud Psicología y Comunidad
ITESO (Octubre de 2006)
- **Seminario: "Investigación Fenomenológica Crítica en Psicología y Psicopatología"**
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente ITESO,
Departamento de Salud Psicología y Comunidad
Impartido por: Dra. Virginia Moreira (Junio de 2006)
- **Taller: Focusing nivel 1**
Khuftani Consultores S.C. (Junio de 2005)
- **Seminario Internacional "Diálogos Sobre la Interdisciplina"**
Observatoire des Réformes Universitaires e ITESO (Septiembre 2004)
- **XI Simposium de Educación "Educar para la vida"**
ITESO (Marzo 2004)
- **Curso "Básico de lecto-comprensión en Inglés"**
Universidad de Guadalajara PICASA (Octubre de 2003)
- **II Encuentro Internacional de Educadoras y Educadores Populares "Resignificando el papel de las y los educadores populares en el contexto de las Américas"**
Highlander Research and Education Center
Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario IMDEC

Guadalajara Jalisco (Octubre 2003)

- **Curso-Taller: "Evaluación al Desempeño Estudiantil en Ambientes Virtuales de Aprendizaje"**
Universidad de Guadalajara (Julio 2003)
- **V Encuentro de Profesionales de la Educación "Educar para Humanizar"**
Universidad la Salle Guadalajara
Taller: Educar en las Diferencias (2003)
- **X Simposium de Educación "Instituciones Educativas para la Construcción de una Comunidad de Aprendizaje".**
ITESO (Septiembre 2002)
- **Taller de Diseño de Material para el Aprendizaje Autogestivo.**
Centro Mairo Don Bosco. Guadalajara, Jalisco (Septiembre 2002)
- **Congreso de Educación "Experiencias Educativas en el Siglo XXI".** Escuela Normal Queretana, Querétaro. (Marzo 2002). Participante y Ponente "Experiencia de Intervención en una Institución que Atiende a Niños de la Calle." "Niño Institución y Sociedad"
- **I Encuentro Nacional de Desarrollo Social: "Marginación y Pobreza" y Tercer Encuentro Nacional sobre el Menor y el Mundo de la Calle**
Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (Abril 2001)
- **II Foro y Primer Encuentro Nacional del Menor y el Mundo de la Calle, "Metodologías de Intervención"**
Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (Abril 2000)
- **Curso Básico de Pastoral Vocacional**
Comisión Episcopal de Seminarios y Vocaciones (Octubre de 1999)

Cursos y talleres impartidos para la formación permanente.

- **Módulo 2: Procesos de Cambio**
Del diplomado en Acompañamiento para el Desarrollo del Potencial Humano
Universidad Marista de Guadalajara (Agosto 2009)
- **Módulo 3: Modelos pedagógicos del siglo XXI**
Del diplomado en Gestión Directiva de Instituciones Educativas
Universidad Marista de Guadalajara (Agosto 2009)
- **Módulo : "El proyecto de intervención escolar como instrumento de diagnóstico y evaluación para promover la gestión pedagógica en la escuela."**
Del diplomado en Gestión Educativa y Estratégica de la Supervisión Escolar" para Supervisores y Jefes de sector de la Secretaría de Educación Pública. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (Marzo 2009) Duración 25 hrs.
- **Curso: "Construcción de Estrategias de Aprendizaje desde la perspectiva Constructivista"**
A docentes de la Preparatoria No. 6 de la Universidad de Guadalajara (enero 2008)
Duración 20hrs.
- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes del Sistema de Universidad Virtual por medio de la Coordinación

General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Octubre 2007)
Duración 30hrs.

- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Agosto 2007) Duración 30hrs.
- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Agosto 2007) Duración 30hrs.
- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Julio 2007) Duración 30hrs.
- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Julio 2007) Duración 30hrs.
- **Módulo 5: "Diseño y Gestión de Prácticas en la Formación por Competencias",**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara.
(Junio de 2007) Duración de 20 hrs.
- **Módulo: "Evaluación y Asesoría por Competencias por Competencias en la Formación en Línea"**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (Diciembre 2006) Duración 20hrs.
- **Módulo 3: "Evaluación y Asesoría por Competencias en la Formación en línea"**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (Noviembre 2006) Duración de 20hrs.
- **Módulo 1: "La Comunicación en Ambientes Virtuales"**
Del diplomado Diseño y operación de cursos en línea.
Universidad de Guadalajara (Septiembre 2006) 40horas.
- **Módulo 2: "Asesoría y retroalimentación en la formación por competencias",**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara.
(Julio de 2006) Duración de 20 hrs.
- **Taller: "La construcción de redes de conocimiento, una metodología para la transdisciplina",**
realizado en el marco del XIII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:
"Redes de Conocimiento" Universidad de Guadalajara. Diciembre 2004.
- **Taller: "Evaluación del diseño de cursos en línea"**
realizado en el marco del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:
"Evaluar: punto de reencuentro"

Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003) Duración 8hrs.

- **Curso-Taller: "Diseño de Programas por Competencias Profesionales"**
Universidad Autónoma del Estado de México UAEM (Julio de 2003) Duración 20hrs.
 - **Curso-Taller: "Desarrollo de Objetos de Aprendizaje".**
Coordinación General del Sistema para la Innovación del Aprendizaje.
Universidad de Guadalajara (abril de 2003) Duración 30hrs.
-

Comités
académicos y
otras
actividades.

- **Miembro del Comité de Titulación de la Licenciatura en Educación UdeGVirtual (2009 a la fecha)**
 - **Responsable Académico del Centro de Educación Continua y a Distancia**
Universidad Marista de Guadalajara (Septiembre de 2008 – Junio de 2011)
 - **"Evaluador en el Plan Estatal de Fortalecimiento de la Educación Normal (PEFEN 2009-2010) (Réplica del PEFEN 2009-2010) (PEFEN 2009-2010 2ª etapa) (PEFEN 2011-2012)"**
Subsecretaría de Educación Superior de la Secretaría de Educación Pública.
Ciudad de México (mayo de 2009) (junio 2009) (mayo de 2010) (mayo de 2011)
 - **"Comisión Académica para la Asesoría del diseño de cursos en línea de la Red Universitaria"**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003)
 - **"Comisión Académica para la evaluación de cursos en línea de la Red Universitaria"**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) (9 cursos evaluados)
 - **"Comisión Académica para la Asesoría del diseño y producción de los Objetos de Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara".**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003)
 - **"Miembro del Grupo de Apoyo Técnico de Apoyo Académico"**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003)
 - **"Comité de selección de ponencias para el XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia"**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003)
 - **Participación en el diseño del programa-taller: "Evaluación del diseño de cursos en línea",**
realizado en el marzo del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:
"Evaluar: punto de reencuentro"
Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003)
 - **Participación en del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia: "Evaluar: punto de reencuentro"**
Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003)
-

Psicoterapia

- **Colaboración en los talleres de crecimiento de "Casa Loyola" en Guadalajara.**
(3 grupos)
- **Práctica Institucional**
DIF, Jalisco (2005-2006) - ITESO
- **Consulta Privada**
Sahuayo, Michocán (2006-a la fecha) Guadalajara, Jal.

Proyectos académicos de investigación e intervención, así como voluntariados.

- **Sinergia Ciudadana: Observatorio Ciudadano**
Miembro del Consejo Asesor (2010-a la fecha)
 - **Participación en Proyecto con Indígenas**
"Misión de Guadalupe"
Con sede en la ciudad de Comitán Chiapas (Enero 2002)
 - **Investigación y aplicación de estrategias de Innovación.**
Diagnóstico e intervención de una propuesta de mejora de la práctica educativa de docentes del albergue del Centro Mairo don Bosco que atiende a niños con en situación de calle.
Guadalajara Jalisco (Septiembre 1999 – Junio 2000).
 - **Investigación**
Diagnóstico institucional del Centro Mairo Don Bosco
Guadalajara Jalisco (Septiembre – Diciembre 2000).
 - **Investigación**
Diseño de un proyecto para la mejora institucional a partir de un análisis socio-cultural del Centro Mairo Don Bosco y sus destinatarios.
Guadalajara Jalisco (Febrero – Junio 2001).
 - **Investigación**
Sobre la forma de aprender en la formación para la vida religiosa en espacios multiculturales. Guadalajara Jalisco (Sep – Diciembre 2001).
 - **Intervención**
Desarrollo de habilidades socio-educativas que favorezcan el aprendizaje en espacios educativos multiculturales desde el Aprendizaje Cooperativo.
Guadalajara, Jalisco (Febrero – Junio 2002)
 - **Voluntariado**
Visitas semanales al "Hospital Civil de la Ciudad de Morelia Michoacán"
(septiembre de 1998 – junio de 1999)
 - **Voluntariado**
Visitas semanales al Tutelar de menores infractores
Guadalajara, Jalisco (Septiembre de 2001 – Junio de 2002)
 - **Voluntariado**
Tesorero de la "Red es Solidaridad"
Guadalajara, Jalisco (Marzo de 2003 - 2004)
-

**ANEXO 3. PROGRAMAS SINTÉTICOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE
(NO SE ANEXAN LOS PROGRAMAS DE LOS CURSOS DE APOYO PORQUE SON OPTATIVAS
Y LOS ALUMNOS PODRÁN TOMARLAS EN OTROS CENTROS UNIVERSITARIOS)**

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Producción Multimedia
Programa al que pertenece	Maestría en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Fidel Antonio Romero Álvarez
Asesor pedagógico	Ruth Medina
Fecha de elaboración	26 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante aplica la metodología, producción y edición de proyectos multimedia de calidad con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad para integrarlos en un proyecto de diseño web.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Teoría sobre conceptos básicos de multimedia. • Tipología de proyectos multimedia. • Contenidos digitales: imágenes, textos, audios, videos, mapas para la geolocalización, encuestas, entre otros. • Las herramientas y recursos para la producción multimedia.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Producción de contenidos en audio, texto y video. • Manejo técnico para abrir, editar, importar, guardar y convertir elementos multimedia. • Administración de contenido multimedia en una página web.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Permeables al medio tecnológico y de diseño web. • Observador, perseverante, y en continua investigación sobre producción multimedia. • Asumir roles e interés por producir multimedia. • Trabajo colaborativo en equipo. • Creativo en la producción de elementos multimedia.

Valores¹

- Ética periodística.
- Solidaridad en el trabajo en equipo.
- Aprendizaje cooperativo a través del uso de herramientas digitales.
- Respeto a los puntos de vista diferentes.
- Tolerancia a las críticas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción : Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4	Producto Integrador
Título	La Multimedia y sus elementos.	Producción y edición de audio.	Producción y edición de video.	Producción y edición de video.	Presentación del proyecto Multimedia
Objetivo	El estudiante conceptualizará la multimedia e identificará formatos de imágenes y tipografía adecuadas para el periodismo	El estudiante producirá y editará un audio; aplicado a un fin de carácter periodístico.	El estudiante producirá un video con un fin periodístico.	El estudiante producirá un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video,	El estudiante presentará un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e

	digital.			animación e interactividad para un medio periodístico digital.	interactividad para un medio periodístico digital.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es multimedia?. - Elementos de una multimedia. - Tipología de proyectos multimedia. - El proceso de producción de una multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formatos básicos de audio. - Grabación y edición básica de audio: cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar audio en diferentes formatos. - Subir y compartir audios en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formatos básicos de video. - Grabación y edición básica de video: cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar video en diferentes formatos. - Subir y compartir videos en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas básicas para la producción multimedia. - Herramientas y recursos para la producción multimedia. 	
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico de doble entrada sobre los diferentes tipos de contenido multimedia,	Un audio producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar,	Un video producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar,	Una multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e	Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio,

con sus características y procesos para llevarla a cabo.	abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	interactividad.	video, animación e interactividad
----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	-----------------	-----------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica	Guía de habilidades multimedia para periodistas Mindy McAdams
	Instrucciones para ejecutar un proyecto multimedia Jane Steven
Complementaria	Herramientas Digitales para Periodistas Sandra Crucianell
	Taller de Multimedia http://tallermultimedia.blogspot.com/
	Guion Multimedia http://www.guionweb.net/
	Preproducción Multimedia http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false
	Producción Multimedia / Comunicación visual http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false
	Audacity, editor de audio libre y multiplataforma http://audacity.sourceforge.net/?lang=es
	Tutorial Audacity http://audacity.sourceforge.net/manual-1.2/
Windows Live Movie Maker, editor de video http://windows.microsoft.com/es-ES/windows7/products/features/movie-maker	

con sus características y procesos para llevarla a cabo.	abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	interactividad.	video, animación e interactividad.
----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	-----------------	------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica	<p>Guía de habilidades multimedia para periodistas Mindy McAdams</p> <p>Instrucciones para ejecutar un proyecto multimedia Jane Steven</p>
Complementaria	<p>Herramientas Digitales para Periodistas Sandra Crucianelli</p> <p>Taller de Multimedia http://tallarmultimedia.blogspot.com/</p> <p>Guion Multimedia http://www.guionweb.net/</p> <p>Preproducción Multimedia http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false</p> <p>Producción Multimedia / Comunicación visual http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false</p> <p>Audacity, editor de audio libre y multiplataforma http://audacity.sourceforge.net/?lang=es</p> <p>Tutorial Audacity http://audacity.sourceforge.net/manual-1.2/</p> <p>Windows Live Movie Maker, editor de video http://windows.microsoft.com/es-ES/windows7/products/features/movie-maker</p>

	digital.			animación e interactividad para un medio periodístico digital.	interactividad para un medio periodístico digital.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es multimedia?. - Elementos de una multimedia. - Tipología de proyectos multimedia. - El proceso de producción de una multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formatos básicos de audio. - Grabación y edición básica de audio: cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar audio en diferentes formatos. - Subir y compartir audios en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formatos básicos de video. - Grabación y edición básica de video: cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar video en diferentes formatos. - Subir y compartir videos en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas básicas para la producción multimedia. - Herramientas y recursos para la producción multimedia. 	
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico de doble entrada sobre los diferentes tipos de contenido multimedia.	Un audio producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar,	Un video producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar,	Una multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e	Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio,

Valores¹

- Ética periodística.
- Solidaridad en el trabajo en equipo.
- Aprendizaje cooperativo a través del uso de herramientas digitales.
- Respeto a los puntos de vista diferentes.
- Tolerancia a las críticas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFILE DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4	Producto Integrador
Título	La Multimedia y sus elementos.	Producción y edición de audio.	Producción y edición de video.	Producción y edición de video.	Presentación del proyecto Multimedia
Objetivo	El estudiante conceptualizará la multimedia e identificará formatos de imágenes y tipografía adecuadas para el periodismo	El estudiante producirá y edificará un audio; aplicado a un fin de carácter periodístico.	El estudiante producirá un video con un fin periodístico.	El estudiante producirá un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video,	El estudiante presentará un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e

**ANEXO 3. PROGRAMAS SINTÉTICOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE
(NO SE ANEXAN LOS PROGRAMAS DE LOS CURSOS DE APOYO PORQUE SON OPTATIVAS
Y LOS ALUMNOS PODRÁN TOMARLAS EN OTROS CENTROS UNIVERSITARIOS)**

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Producción Multimedia
Programa al que pertenece	Maestría en Periodismo Digital
Experto disciplinar	Fidel Antonio Romero Álvarez
Asesor pedagógico	Ruth Medina
Fecha de elaboración	26 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante aplica la metodología, producción y edición de proyectos multimedia de calidad con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad para integrarlos en un proyecto de diseño web.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Teoría sobre conceptos básicos de multimedia.• Tipología de proyectos multimedia.• Contenidos digitales: imágenes, textos, audios, videos, mapas para la geolocalización, encuestas, entre otros.• Las herramientas y recursos para la producción multimedia.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Producción de contenidos en audio, texto y vídeo.• Manejo técnico para abrir, editar, importar, guardar y convertir elementos multimedia.• Administración de contenido multimedia en una página web.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Permeables al medio tecnológico y de diseño web.• Observador, perseverante, y en continua investigación sobre producción multimedia.• Asumir roles e interés por producir multimedia.• Trabajo colaborativo en equipo.• Creativo en la producción de elementos multimedia.

Proyectos académicos de investigación e intervención, así como voluntariados.

- **Sinergia Ciudadana: Observatorio Ciudadano**
Miembro del Consejo Asesor (2010-a la fecha)
 - **Participación en Proyecto con Indígenas**
"Misión de Guadalupe"
Con sede en la ciudad de Comitán Chiapas (Enero 2002)
 - **Investigación y aplicación de estrategias de innovación.**
Diagnóstico e intervención de una propuesta de mejora de la práctica educativa de docentes del albergue del Centro Mairo don Bosco que atiende a niños con en situación de calle.
Guadalajara Jalisco (Septiembre 1999 – Junio 2000).
 - **Investigación**
Diagnóstico institucional del Centro Mairo Don Bosco
Guadalajara Jalisco (Septiembre – Diciembre 2000).
 - **Investigación**
Diseño de un proyecto para la mejora institucional a partir de un análisis socio-cultural del Centro Mairo Don Bosco y sus destinatarios.
Guadalajara Jalisco (Febrero – Junio 2001).
 - **Investigación**
Sobre la forma de aprender en la formación para la vida religiosa en espacios multiculturales. Guadalajara Jalisco (Sep – Diciembre 2001).
 - **Intervención**
Desarrollo de habilidades socio-educativas que favorezcan el aprendizaje en espacios educativos multiculturales desde el Aprendizaje Cooperativo.
Guadalajara, Jalisco (Febrero – Junio 2002)
 - **Voluntariado**
Visitas semanales al "Hospital Civil de la Ciudad de Morelia Michoacán"
(septiembre de 1998 – junio de 1999)
 - **Voluntariado**
Visitas semanales al Tutelar de menores infractores
Guadalajara, Jalisco (Septiembre de 2001 – Junio de 2002)
 - **Voluntariado**
Tesorero de la "Red es Solidaridad"
Guadalajara, Jalisco (Marzo de 2003 - 2004)
-

Psicoterapia

- **Colaboración en los talleres de crecimiento de "Casa Loyola" en Guadalajara.**
{3 grupos}
- **Práctica Institucional**
DIF, Jalisco (2005-2006) - ITESO
- **Consulta Privada**
Sahuayo, Michocán (2006-a la fecha) Guadalajara, Jal.

	<p>Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003) Duración 8hrs.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Curso-Taller: "Diseño de Programas por Competencias Profesionales" Universidad Autónoma del Estado de México UAEM (Julio de 2003) Duración 20hrs. • Curso-Taller: "Desarrollo de Objetos de Aprendizaje". Coordinación General del Sistema para la Innovación del Aprendizaje. Universidad de Guadalajara (abril de 2003) Duración 30hrs.
<p>Comités académicos y otras actividades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Miembro del Comité de Titulación de la Licenciatura en Educación UdeGVirtual (2009 a la fecha) • Responsable Académico del Centro de Educación Continua y a Distancia Universidad Marista de Guadalajara (Septiembre de 2008 – Junio de 2011) • "Evaluador en el Plan Estatal de Fortalecimiento de la Educación Normal (PEFEN 2009-2010) (Réplica del PEFEN 2009-2010) (PEFEN 2009-2010 2ª etapa) (PEFEN 2011-2012)" Subsecretaría de Educación Superior de la Secretaría de Educación Pública. Ciudad de México (mayo de 2009) (junio 2009) (mayo de 2010) (mayo de 2011) • "Comisión Académica para la Asesoría del diseño de cursos en línea de la Red Universitaria" Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) • "Comisión Académica para la evaluación de cursos en línea de la Red Universitaria" Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) (9 cursos evaluados) • "Comisión Académica para la Asesoría del diseño y producción de los Objetos de Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara". Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) • "Miembro del Grupo de Apoyo Técnico de Apoyo Académico" Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) • "Comité de selección de ponencias para el XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia" Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) • Participación en el diseño del programa-taller: "Evaluación del diseño de cursos en línea", realizado en el marco del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia: "Evaluar: punto de reencuentro" Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003) • Participación en del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia: "Evaluar: punto de reencuentro" Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003)

General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Octubre 2007)
Duración 30hrs.

- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Agosto 2007) Duración 30hrs.
- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Agosto 2007) Duración 30hrs.
- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Julio 2007) Duración 30hrs.
- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Julio 2007) Duración 30hrs.
- **Módulo 5: "Diseño y Gestión de Prácticas en la Formación por Competencias",**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara.
(Junio de 2007) Duración de 20 hrs.
- **Módulo: "Evaluación y Asesoría por Competencias por Competencias en la Formación en Línea"**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (Diciembre 2006) Duración 20hrs.
- **Módulo 3: "Evaluación y Asesoría por Competencias en la Formación en línea"**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (Noviembre 2006) Duración de 20hrs.
- **Módulo 1: "La Comunicación en Ambientes Virtuales"**
Del diplomado Diseño y operación de cursos en línea.
Universidad de Guadalajara (Septiembre 2006) 40horas.
- **Módulo 2: "Asesoría y retroalimentación en la formación por competencias",**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara.
(Julio de 2006) Duración de 20 hrs.
- **Taller: "La construcción de redes de conocimiento, una metodología para la transdisciplina",**
realizado en el marco del XIII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:
"Redes de Conocimiento" Universidad de Guadalajara. Diciembre 2004.
- **Taller: "Evaluación del diseño de cursos en línea"**
realizado en el marco del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:
"Evaluar: punto de reencuentro"

Guadalajara Jalisco (Octubre 2003)

- **Curso-Taller: "Evaluación al Desempeño Estudiantil en Ambientes Virtuales de Aprendizaje"**
Universidad de Guadalajara (Julio 2003)
- **V Encuentro de Profesionales de la Educación "Educar para Humanizar"**
Universidad la Salle Guadalajara
Taller: Educar en las Diferencias (2003)
- **X Simposium de Educación "Instituciones Educativas para la Construcción de una Comunidad de Aprendizaje".**
ITESO (Septiembre 2002)
- **Taller de Diseño de Material para el Aprendizaje Autogestivo.**
Centro Mairo Don Bosco. Guadalajara, Jalisco (Septiembre 2002)
- **Congreso de Educación "Experiencias Educativas en el Siglo XXI".** Escuela Normal Queretana, Querétaro. (Marzo 2002). Participante y Ponente "Experiencia de Intervención en una Institución que Atiende a Niños de la Calle." "Niño Institución y Sociedad"
- **I Encuentro Nacional de Desarrollo Social: "Marginalización y Pobreza" y Tercer Encuentro Nacional sobre el Menor y el Mundo de la Calle**
Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (Abril 2001)
- **II Foro y Primer Encuentro Nacional del Menor y el Mundo de la Calle, "Metodologías de Intervención"**
Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (Abril 2000)
- **Curso Básico de Pastoral Vocacional**
Comisión Episcopal de Seminarios y Vocaciones (Octubre de 1999)

Cursos y talleres impartidos para la formación permanente.

- **Módulo 2: Procesos de Cambio**
Del diplomado en Acompañamiento para el Desarrollo del Potencial Humano
Universidad Marista de Guadalajara (Agosto 2009)
- **Módulo 3: Modelos pedagógicos del siglo XXI**
Del diplomado en Gestión Directiva de Instituciones Educativas
Universidad Marista de Guadalajara (Agosto 2009)
- **Módulo : "El proyecto de intervención escolar como instrumento de diagnóstico y evaluación para promover la gestión pedagógica en la escuela."**
Del diplomado en Gestión Educativa y Estratégica de la Supervisión Escolar" para Supervisores y Jefes de sector de la Secretaría de Educación Pública. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (Marzo 2009) Duración 25 hrs.
- **Curso: "Construcción de Estrategias de Aprendizaje desde la perspectiva Constructivista"**
A docentes de la Preparatoria No. 6 de la Universidad de Guadalajara (enero 2008)
Duración 20hrs.
- **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**
A docentes del Sistema de Universidad Virtual por medio de la Coordinación

Asistencia y participación en cursos y congresos

- **Proulex Certificado Avanzado: Inglés**
Universidad de Guadalajara. Proulex (160hrs) Diciembre de 2010
- **Curso: "Diseño de cursos de capacitación basados en Estándares de Competencia"**
Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales.
(Octubre de 2010)
- **Proulex Certificado: Inglés**
Universidad de Guadalajara. Proulex (160hrs) Agosto de 2010
- **Curso de Capacitación de Instructores para el Módulo II "Desarrollo de Competencias del Docente en Educación Media Superior"**
Del diplomado en Competencias Docentes en el Nivel Medio Superior (Nov. de 2009)
- **Curso de Inglés como Segunda Lengua**
Universidad de Regina, En Regina, Saskatchewan, Canadá, (Verano 2008)
- **Congreso: 1er Congreso Internacional "Intervención y Praxis Comunitaria"**
Ponencia: "Construcción de grupos de apoyo comunitario".
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Facultad de Psicología
(Octubre del 2007)
- **Seminario: "El Acto suicida: Crónica de un anuncio sin esperanza... ¿Será siempre así?"**
Red Interinstitucional para la Prevención del Suicidio en el Estado de Jalisco.
(Septiembre del 2007)
- **"II Seminario Internacional en Gestión Gubernamental y Políticas Públicas para el Desarrollo"**
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente ITESO
(Julio de 2007)
- **Curso-Taller: "Planificación, Gestión y Evaluación de Proyectos Sociales"**
Departamento de Salud Psicología y Comunidad
ITESO (Octubre de 2006)
- **Seminario: "Investigación Fenomenológica Crítica en Psicología y Psicopatología"**
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente ITESO,
Departamento de Salud Psicología y Comunidad
Impartido por: Dra. Virginia Moreira (Junio de 2006)
- **Taller: Focusing nivel 1**
Khuitani Consultores S.C. (Junio de 2005)
- **Seminario Internacional "Diálogos Sobre la Interdisciplina"**
Observatoire des Réformes Universitaires e ITESO (Septiembre 2004)
- **XI Simposium de Educación "Educar para la vida"**
ITESO (Marzo 2004)
- **Curso "Básico de lecto-comprensión en Inglés"**
Universidad de Guadalajara PICASA (Octubre de 2003)
- **II Encuentro Internacional de Educadoras y Educadores Populares "Resignificando el papel de las y los educadores populares en el contexto de las Américas"**
Highlander Research and Education Center
Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario IMDEC

CURRICULUM VITAE

LUIS FERNANDO RAMÍREZ ANAYA

- Datos personales
- **Fecha de nacimiento:** 22 de Noviembre de 1978
 - **Lugar de nacimiento:** Sahuayo, Michoacán.
 - **Domicilio actual:** en Zapopan, Jalisco, México
 - **Teléfono:** (52 33) 1581-2509 (Casa).
 - **Celular:** (52 33) 1196-8806
 - **Correo Electrónico:** luisfernandoram@yahoo.com
 - **Estado civil:** Soltero.

- Formación
- **POSGRADO**
Maestría en Comunicación
Universidad de Guadalajara. Departamento de Estudios de la Comunicación Social (2004 – 2006).
Programa dentro del CONACYT
 - **POSGRADO**
Maestría en Psicoterapia
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente
Departamento de Salud, Psicología y Comunidad (2005 – 2006)
Maestrante
 - **GRADO**
Licenciatura en Desarrollo Educativo Institucional
Universidad La Salle Guadalajara.
Guadalajara, Jalisco (1999 – 2003).
 - **GRADO**
Licenciatura en Ciencias Religiosas.
Universidad La Salle Guadalajara.(Sin RVOE)
Guadalajara, Jalisco (1999 – 2003).
 - **PREPARATORIA**
Hnos. López Rayón
Sahuayo, Michoacán (1994 – 1997).

- Categorías y distinciones académicas
- **Profesor Titular**
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente
Departamento de Salud, Psicología y Comunidad (15 de Mayo 2009)
 - **Profesor de Tiempo Completo**
Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual (1 de Febrero de 2011)

	Integrante del Consejo de Centro (CUCSH) periodo 2001-2002
5.4 PREMIOS O DISTINCIONES INSTITUCIONALES POR LA LABOR ACADÉMICA	Reconocimiento, XVII Ceremonia de reconocimiento y estímulo a estudiantes sobresalientes, abril de 1999.
B. FORMACIÓN ACADÉMICA	
4.3 TÍTULO DE LICENCIATURA	Título de licenciado en sociología por la Universidad de Guadalajara, mayo de 2000
7.2 GRADO DE MAESTRÍA	Título de maestría en ciencias sociales por la Universidad de Guadalajara, octubre de 2004.
8.2 GRADO DE DOCTORADO	Acta de titulación, marzo de 2009.
9 DOMINIO DE LENGUA DISTINTA A LA PROPIA	Certificado de inglés básico, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., abril de 1994.
	Diploma de inglés avanzado, Programa Universitario de Lenguas Extranjeras, Universidad de Guadalajara, diciembre de 1993.

	para la promoción y defensa de los derechos humanos, Secretaría de Gobernación, octubre-diciembre de 2007.
3.9 ARBITRAJE DE ARTÍCULOS O LIBROS	Dictaminación de artículo "Against the wal(l): a postcolonial theory of Mexico, Wal-mart and the idea of progress" para la Revista Espiral del CUCSH, Julio de 2007.
4.3 PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN ARTÍSTICA	Proyección del cortometraje La Hacienda, Sección de video, XVII Muestra de Cine Mexicano en Guadalajara, marzo de 2002.
	Proyección del cortometraje La Hacienda, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., Guadalajara, Jalisco, diciembre de 2001.
	Presentación del cortometraje en video El Río, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., Guadalajara, Jalisco, noviembre de 2000.
4.5 GUIÓN DE CINE, RADIO, TEATRO, TELEVISIÓN O COREOGRAFÍA	Guión para medimetraje Estambul, febrero de 2008.
	Guión para medimetraje Pueblo de miel derramada, septiembre de 2001.
	Guión de TV La gran aventura del código Tochan, noviembre de 1991.
4.6 DIRECCIÓN Y/O EDICIÓN DE CINE, RADIO, TEATRO, CONJUNTOS MUSICALES, TELEVISIÓN O GRUPOS DE DANZA	Dirección del cortometraje La Hacienda, 2001.
5.2 COMO MIEMBRO DE LAS COMISIONES ACADÉMICAS DEL CONSEJO: GENERAL UNIVERSITARIO, DE ESCUELA O FACULTAD, O SU EQUIVALENTE	Integrante del Consejo de Centro (CUCSH) periodo 2002-2003

	Semestre 2 (2010), Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) marzo de 2011.
	La sociedad civil y la discusión de la legislación de medios, Revista Zócalo, año X Número 129, noviembre de 2010.
	Políticos defraudan a ciudadanos otra vez, Revista Zócalo, año X Número 124, junio de 2010.
	Las salas cinematográficas en Jalisco, Revista Ventana Interior, Centro Occidente, No. 39, CONACULTA, México, agosto de 2010.
3.4.2 LIBRO DE DIVULGACION COLECTIVO	Las plazas comerciales en Guadalajara. Publicado en: 35 años de historia 1974-2009: libro conmemorativo de los cursos de información sobre Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan, H. Ayuntamiento de Guadalajara. Editor: Ramón Mata, 2009.
	Salas cinematográficas, consumo y espacio urbano en Guadalajara. En: Microhistorias del cine en México, Universidad de Guadalajara, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Mexicano de Cinematografía, Cineteca Nacional, Instituto Mora, México, 2000.
3.7 COORDINACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS ESPECIALIZADOS	Primera Reunión Académica de alumnos y asesores de la Licenciatura en Gestión Cultural, zona valle de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 27 y 28 de junio de 2011
	Coloquio "El desarrollo de la sociedad civil en México: un enfoque multidisciplinario", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, octubre de 2010.
	Foros de Consulta Ciudadana para la Elaboración del Programa Nacional de Derechos Humanos, Unidad

	Sociedad civil, democracia y poderes fácticos en la discusión de la reforma a la Ley Federal de Radio y TV, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, mayo de 2010.
	La legislación en materia cinematográfica. Antecedentes y actualidad, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2010.
	Las Reformas a la Ley Federal de Radio y TV y a la Ley Federal de Telecomunicaciones, XV Encuentro Nacional de Estudiantes de Sociología, Facultad de Estudios Superiores Aragón-UNAM, mayo de 2008.
	Democracia deliberativa vs poderes fácticos en México, II Congreso Nacional de Estudiantes de Sociología, Universidad Autónoma del Estado de México, campus Zumpango, noviembre de 2007.
	El quehacer del científico social, Escuela preparatoria de Tonalá, SEMS-UdeG, mayo de 2003.
	El papel de la teoría social, Maestría en educación con intervención en la práctica educativa, sede Ciudad Guzmán, Jalisco, marzo de 2003.
3.1.1 PARTICIPACIÓN EN EVENTOS CON PARTICIPACION. CONFERENCIA	Conferencia Plazas comerciales de la zona metropolitana, LVII Cursos de información, Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan, 1974-2006, marzo de 2006.
	Las salas de cine en Guadalajara 1980-2000, Diplomado Rescate de identidad de la zona metropolitana de Guadalajara: Una propuesta pedagógica, diciembre de 2003.
3.2 ARTICULO DE DIVULGACION	Censuras y poderes fácticos, Revista zócalo, año XI, número 135, mayo de 2011.
	Medios, acumulación y poder. Revista Análisis Plural,

	de 2007.
	XIX Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, mayo de 2007.
	Congreso Estatal de Investigación Educativa, Secretaría de Educación Jalisco, diciembre de 2006.
	Encuentro "Los retos del posgrado", Secretaría de Educación Jalisco, octubre de 2006.
	III Coloquio Nacional de Historia del Cine Regional, Centro de Investigación y Estudios Cinematográficos, Universidad de Guadalajara, marzo de 2005.
	Coloquio Internacional cultura y libertad: Proyecto emancipador martiano, Centro de Estudios Martianos, La Habana, Cuba, abril de 2002.
	VIII Simposio Internacional sobre el Pensamiento Filosófico Latinoamericano, Universidad Central de Las Villas, Santa Clara, Cuba, enero de 2002.
	Segundo evento académico interdepartamental, CUCSH-UdeG, septiembre de 2001
	Primer evento académico interdepartamental, CUCSH.UdeG, junio de 2000.
	I Coloquio de historia del cine regional en México, XV muestra de cine mexicano en Guadalajara, marzo de 2000.
2.3.4.2 CONFERENCIA MAGISTRAL	La construcción de la sociedad civil en el espacio público, Jornadas de Comunicación, Universidad Autónoma de Querétaro, septiembre de 2011
	Wikileaks y Anonymous, ¿hacia la redefinición de la libertad en internet?, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, marzo de 2011.

	Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, septiembre de 2010.
	X Congreso sobre estudios del Tercer Sector, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, septiembre de 2010.
	Mesa de Análisis: La nueva legislación de medios, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, agosto de 2010.
	XXII Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Universidad Iberoamericana, junio de 2010.
	Foro Telecomunicaciones y legislación de medios, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2010.
	XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de sociología (ALAS), Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Argentina, septiembre de 2009.
	5 Coloquio Nacional de Historia del Cine Regional, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, julio de 2009.
	XXI Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, junio de 2009.
	XX Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Universidad Autónoma de Nuevo León, mayo de 2008.
	XIV Encuentro Nacional CONEICC, Universidad Veracruzana, octubre de 2007.
	XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, agosto

INSTITUCIONALES.	Jalisco, 2004.
	Investigación Salas cinematográficas, consumo y espacio urbano en Guadalajara 1980-2001, Fondo Estatal para la Cultura y las Artes de Jalisco, 2002.
2.3.2 LIBRO CIENTÍFICO INDIVIDUAL	Análisis del proceso de la iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica de 1998, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, 2005.
2.3.4.1 PONENTE	Coloquio Las asociaciones en México, Siglo XIX y XX, Universidad de Guanajuato, mayo de 2011.
	XXIII Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Mayo de 2011.
	Quinto encuentro semestral de metodología aplicada a la investigación en comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2011.
	Presentación del libro: Nuevo régimen jurídico de cine mexicano, Facultad de Ciencias políticas y sociales de la UNAM, noviembre de 2010.
	Coloquio "El desarrollo de la sociedad civil en México: un enfoque multidisciplinario", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, octubre de 2010.
	4to. Encuentro Nacional y 1er. Internacional sobre Estudios Sociales y Región, Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara, octubre de 2010.
	XV Encuentro Nacional CONEICC, Universidad Iberoamericana, octubre de 2010.
	X Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Pontificia

	UdeG, semestre 2007 A
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A
1.1.2.4 DE ACTUALIZACIÓN	Las reformas a la legislación de medios (Radio, cine y TV): una mirada multidisciplinaria, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, noviembre de 2010.
1.1.2.6 IMPARTICIÓN DE CURSO DE FORMACIÓN DOCENTE	Impartición del curso Conceptualización y contextualización del programa educativo, SUV-UdeG, sep-oct 2009.
1.2.9. DISEÑO DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN ABIERTA	Diseño como experto disciplinar del curso en línea Gestión de políticas culturales internacionales, Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, mayo-agosto 2009
1.3.9 ELABORACIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL	Realización del video Por los caminos de la zona cañera
	Realización del video Las ciencias sociales tienen sentido
	Realización del video El Río
2.1.2 PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS Y PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN FINANCIADAS POR INSTITUCIONES EXTERNAS	Estancia posdoctoral en el Centro de Estudios de las Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, febrero de 2011 a la fecha.
	Estancia posdoctoral en el Centro de Estudios de las Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, febrero de 2010 a enero de 2011.
2.2.4 PRODUCTOS DE INVESTIGACIÓN DEMANDADOS Y FINANCIADOS POR EL SECTOR PÚBLICO, PRIVADO O SOCIAL A TRAVES DE CONVENIOS	Investigación Salas cinematográficas y vida cotidiana en Jalisco, balance en el 2003-2004, Programa de Estímulos a la Creación y al Desarrollo Artístico, Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de

	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-

	UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A

	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), semestre 2010 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Intervención sociocultural (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-

Curriculum Israel Tonatluh Lay Arellano

Datos Generales

Domicilio: Calle Sierra de Pihuamo Edificio Tenamaxtlán Departamento 13, Col. Infonavit Independencia, C.P. 44240, Guadalajara, Jalisco.

Teléfono: 36370345

RFC: LAAI750417DW9

e-mail: tonatluh_lay@yahoo.com.mx y tonatluh_lay@hotmail.com

A. EXPERIENCIA ACADÉMICA	DOCUMENTO
1.1.1.3 IMPARTICIÓN DE CURSOS A NIVEL POSGRADO	Impartición de materia Seminario de Investigación, UNIVER, cuatrimestre sep-dic 2003 y ene-abril 2004
	Profesor línea de fundamentación teórica, MEIPE, sede Ciudad Guzmán, feb-jul 2003
1.1.2.2 IMPARTICIÓN DE CURSOS DE EDUCACIÓN ABIERTA EN LICENCIATURA	Impartición materia Laboratorio de proyecto integrador de titulación (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Gestión de políticas culturales internacionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Análisis y diseño de políticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Evaluación de proyectos institucionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Laboratorio de proyecto integrador de titulación (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B
	Impartición materia Gestión de políticas culturales internacionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B

Idiomas

Curso IELTS (International English Language Testing System). Richmond Adult Community College. Londres. Diciembre de 2002. Dominio escrito y hablado del 95 por ciento.

First Certificate in English. University of Cambridge. Local Examinations Syndicate. Certificate grade C. Junio de 2002. London, England.

Curso en Línea "Herramientas digitales para el periodismo investigativo". Impartido por Sandra Cruccianelli. organizado por la Fundación Knight para el Periodismo en las Américas y la Universidad de Texas, en Austin. Curso en línea: Septiembre-octubre de 2008.

Seminario presencial: "Las Relaciones Públicas en la Comunicación Estratégica: Perspectivas para la profesión, la enseñanza y la investigación". 19, 20 y 21 de febrero de 2008, CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Curso presencial "Uso de la tecnología para enriquecer el aprendizaje". Cursos de actualización para el personal docente que realiza el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). 27 de julio de 2007. (15 horas).

Participé en el Seminario Internacional en Gestión Gubernamental y Políticas Públicas para el Desarrollo. Organizado por el Instituto de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Guadalajara, 12, 13 y 14 de julio 2007. (21 horas en total).

Diplomado presencial Apreciación Cinematográfica. Diez módulos. Coordinación de Medios. Universidad de Guadalajara. Septiembre 1994 a Julio de 1995.

Tomé el taller La imagen de México en las literaturas y el cine europeo y estadounidense (sigloXX). Impartido por el doctor Friedhelm Schmidt (universidad Libre de Berlín) Departamento de Letras. UdeG. Diciembre de 1995.

Actividades profesionales extra-académicas

Editora del sitio de Internet del Centro de Formación en Periodismo Digital: www.centroperiodismodigital.org; febrero de 2011 a la fecha

Colaboradora del sitio francés de Internet *Sur le Journalisme* (www.surlejournalisme.com), donde varios investigadores difundimos información académica sobre periodismo. De mayo del 2008 a la fecha.

Editora de la sección Nacional en el diario *El Nuevo Siglo de Guadalajara*. Actividades realizadas: Planear y coordinar durante seis días a la semana la edición de los contenidos informativos de la sección. Periodo: Noviembre de 2004 a Abril de 2007.

Reportera. *Nayarit Opina Milenio*. Cubría las fuentes del Ejecutivo estatal, iniciativa privada y educación. Marzo de 2003 a Junio de 2004.

Coeditora en las secciones Televisión y Arte y Gente en el diario *Público*. Funciones principales: editar notas informativas de las agencias de noticias y de reportajes escritos por reporteros. Noviembre de 1999 a julio de 2001.

Colaboré de enero a junio de 2006 como asistente de investigación documental en los trabajos de la Comisión para diseñar el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública. Aprobado por el Consejo General Universitario el 21 de Octubre de 2006 (Dictamen N. 1/2006/363). Universidad de Guadalajara. CUCSH. División de Estudios de la Cultura. Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

Actualizaciones a nivel profesional y disciplinar

Curso presencial "Periodismo de Vanguardia: La Cobertura Digital en el Siglo 21". Instituto de las Américas, La Jolla, California, Estados Unidos. 25 al 30 de septiembre de 2011.

Curso en línea "Desarrollo de proyectos en medios digitales" que impartió el Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas. EU. Mayo-Junio de 2011.

Curso en línea "Diseño educativo por competencias" organizado por el Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Del 6 de diciembre de 2009 a enero de 2010.

Curso en línea "El desafío y las oportunidades del periodismo digital" organizado por el Centro de Periodismo Digital de Guadalajara. Del 17 de enero al 28 de febrero de 2010.

Curso en línea "Herramientas Básicas para el Profesor en la Plataforma Moodle" organizado por el Programa Institucional de Capacitación y Actualización para la Superación Académica (PICASA) de la Universidad de Guadalajara, con una duración de 20 horas. Del 18 al 21 de enero de 2010.

Curso presencial "Socialización de indicadores de Acreditación CONAC" organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. Realizado el 7 de octubre de 2009 en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Seminario presencial "Formación de evaluadores", organizado por el Consejo de Acreditación de la Enseñanza de la Ingeniería. Realizado en el Centro Universitario de la Ciénega, durante septiembre de 2009.

Curso-taller presencial "Estrategias de enseñanza en metodología de la investigación". Del 13 al 16 de julio de 2009. Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara.

Curso presencial "Sistema ISO y su interpretación". Del 23 al 27 de marzo de 2009. Centro Universitario de la Ciénega. Programa de Formación y Capacitación del Personal Administrativo de la Universidad de Guadalajara.

Curso en línea "Cómo escribir para la Web". Impartido por Guillermo Franco. Organizado por la Fundación Knight para el Periodismo en las Américas y la Universidad de Texas, en Austin. Julio y agosto de 2009.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en la LXVI Asamblea Ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizada los días 16 y 17 de octubre del 2008, en Ciudad Juárez, Chihuahua.

Colaboré en la organización del seminario: "Las Relaciones Públicas en la Comunicación Estratégica: Perspectivas para la profesión, la enseñanza y la Investigación". Llevado a cabo los días 19, 20 y 21 de febrero de 2008. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH). Universidad de Guadalajara.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en la LXV asamblea ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizada los días 6 y 7 de marzo del 2008, en Monterrey.

Colaboré en la organización de la mesa redonda: "Las transformaciones del periodismo", con la participación de investigadores de la Universidad de Rennes I (Francia), de la Universidad de Brasilia (Brasil) y de la Universidad de Guadalajara. Llevado a cabo el jueves 8 de mayo de 2008, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Guadalajara.

Diseño curricular a nivel posgrado y licenciatura

Asesora disciplinar para los trabajos de Reforma Curricular del programa educativo Licenciatura en Periodismo de la Universidad de Guadalajara. Coordinación de Innovación Educativa y Pregrado. Agosto de 2011 a la fecha.

Participé como asesora experta disciplinar en las reuniones de trabajo para el diseño curricular de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo de la Universidad de Guadalajara. Marzo – octubre de 2011.

Diseño del programa "Escritura para medios digitales", que forma parte del programa educativo Maestría en Periodismo Digital, del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Aprobado por el Consejo General Universitario el 28 de Octubre de 2011.

Coordinadora de los trabajos para la Actualización del Plan Curricular de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. De agosto de 2009 a febrero de 2011.

Asesora disciplinar para la creación de la Maestría en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Enero-Diciembre de 2010.

Elaboré el programa "Investigación Periodística". Licenciatura en Comunicación Pública. Aprobado por el Consejo General Universitario el 21 de Octubre de 2006 (Dictamen N. 1/2006/363). Universidad de Guadalajara CUCSH. División de Estudios de la Cultura. Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

Actividades de vinculación y gestión académica

Organicé la conferencia magistral “La dimensión sonora de la comunicación mediática”, que impartió el Dr. Ángel Rodríguez Bravo a estudiantes de la Licenciatura en Periodismo. En el Centro Universitario de la Ciénega. 27 de noviembre de 2009.

Organicé la presentación del libro *De realidades, ficciones y otras noticias. Estudios sobre reportajes ejemplares*. Del autor José Garza. En el auditorio Mario Rivas Souza. Centro Universitario de la Ciénega. 2 de diciembre de 2009.

Organicé el II Concurso de Fotoperiodismo “Revélate con imágenes”, que se llevó a cabo en el Centro Universitario de la Ciénega, el día 11 de diciembre de 2009.

Organicé las V Jornadas de Periodismo, que se llevaron a cabo los días 20, 21 y 22 de octubre de 2009, en el Centro Universitario de la Ciénega, en Ocotlán, Jalisco.

Como presidenta del Comité de Titulación he organizado cuatro cursos de titulación y gestioné la tramitación de las Actas de Titulación de los egresados de la Licenciatura en Periodismo, en el Centro Universitario de la Ciénega. Desde septiembre del 2008 a junio de 2010.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en las LXVIII y LXVII Asambleas Ordinarias del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizadas los días 12 y 13 de marzo del 2009, en Tlaxcala; y 7 y 8 de octubre del 2009, en Villahermosa, Tabasco.

Organicé la “Reunión Internacional de Análisis sobre las Perspectivas del Periodismo Digital en el Contexto de las carreras de periodismo del Cusur y del Cuciénega”. Llevada a cabo el 17 de junio de 2009 en el Centro Universitario de la Ciénega.

Organicé el I Concurso de Fotoperiodismo “Revélate con imágenes”, que se llevó a cabo en el Centro Universitario de la Ciénega, junio de 2009.

Organicé la Conferencia Magistral “La nueva reforma electoral y su impacto en los noticieros”, que impartió el Mtro. Gabriel Sosa Plata a estudiantes de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. 12 de febrero de 2009.

Organicé la “Charla entre Sanjuana Martínez y estudiantes de periodismo”. Centro Universitario de la Ciénega. 1 de diciembre de 2008.

Organicé el Curso de Titulación del calendario escolar 2008-B, al que se registraron 23 egresados de la Licenciatura en Periodismo. Mismos que se titularán en la modalidad de Examen Global Teórico Práctico en el siguiente semestre. Diciembre 2008 a enero de 2009.

Profesora de Tiempo Completo de la Universidad de Guadalajara. Desde septiembre del 2007 imparto cursos en las Licenciaturas de Periodismo y Comunicación Pública, y en el Centro de Formación en Periodismo Digital:

Taller de Prensa II. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. Impartida 4 semestres. Agosto 2008, hasta la fecha.

Taller de Prensa I. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. Un semestre y hasta la fecha.

Periodismo de Investigación. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Política y Sociedad. Cuciénega. Centro Universitario de la Ciénega. 6 semestres. Agosto 2007, junio 2010.

Seminario de Teorías y Técnicas de la Investigación Periodística. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. 2 semestres. Agosto 2009-Junio 2010.

Géneros Periodísticos. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Dep. de Estudios de la Comunicación Social. Agosto 2009-Enero 2010.

Periodismo Económico y Financiero. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Estudios Económico e Internacionales. Centro Universitario de la Ciénega. 5 semestres. Agosto 2007- Enero 2010.

Investigación Periodística. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Impartida dos semestres.

Comunicación Escrita. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. Impartida dos semestres.

Otras instituciones educativas

Historia del Arte. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). División de Enseñanza Media Superior. Agosto-Diciembre de 2007.

Historia del Arte. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Centro Universitario Guadalajara Lamar. Agosto de 1996 a Diciembre de 1998.

Comunicación y Literatura. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Centro Universitario Guadalajara Lamar. Agosto de 1996 a Diciembre de 1998.

Actividades de divulgación y difusión del conocimiento

Moderadora de la mesa "Ética y responsabilidad social del periodismo en tiempos de cambio". En el Museo del Periodismo y las Artes Gráficas (MUPAG). Organizado por el Sistema de Universidad Virtual, Fundación Manuel Buendía y MUPAG. 21 de octubre de 2011.

Moderadora de la mesa "Periodismo digital en América Latina". En V Jornadas de Periodismo. 21 de octubre de 2009, Centro Universitario de la Ciénega.

Moderadora de la mesa "Periodismo ambiental en la era digital". En el IV Encuentro Internacional de Periodistas, durante la Feria Internacional del Libro de Guadalajara. 5 de diciembre de 2008. Universidad de Guadalajara.

Ponente en la mesa redonda "Las transformaciones del periodismo", con investigadores de la Universidad de Rennes I (Francia), de la Universidad de Brasilia (Brasil) y de la Universidad de Guadalajara. 8 de mayo de 2008, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH). Universidad de Guadalajara.

Ponente en el Décimo Congreso IBERCOM, ¿Identidad Iberoamericana?, organizado por la Asociación Iberoamericana de Comunicación. Ponencia: Relaciones prensa-gobierno en Tepic: Un acercamiento a prácticas dominantes en el periodismo mexicano. 22 de noviembre de 2007. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Guadalajara.

Impartí la conferencia "Estudios sobre la relación medios-poder político" a estudiantes de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Querétaro. Querétaro, 1 de junio de 2007.

Lecturas y dictámenes de artículos científicos

Dictaminé el artículo: "Quem faz a notícia no parlamento brasileiro? Análise comparativa das rotinas dos newsmakers do Senado Federal", para su publicación en la revista *Comunicação y Sociedad*. Enero del 2009.

Dictaminé el artículo: "El fin de la armonía, la crisis dentro de la Cooperativa Excelsior, 1965", para evaluar las aportaciones del escrito al campo del periodismo y ver si aceptaba en la revista *Comunicação y Sociedad*. Julio del 2008.

Docencia

Occidente. Resultado: tesis de licenciatura *Libros devotos en Guadalajara, dos ediciones de Manojito de Flores*. Examen Profesional realizado el 12 de enero de 1999.

Auxiliar en el Programa de investigación Teatral "Juan José Arreola". En total se prestaron 900 horas de labores que fueron reconocidas como Servicio Social para la Universidad de Guadalajara. CUCSH, División de Estudios Históricos y Humanos. Departamento de Letras. Abril de 1995 a junio de 1996.

Auxiliar de investigación en el programa "Motivación a la Investigación para Estudiantes Sobresalientes". Documenté y redacte parte de la base de datos para el "Índice Bio-Filmográfico de Cineastas Mexicanos", proyecto dirigido por el Dr. Eduardo de la Vega Alfaro. Universidad de Guadalajara. Coordinación de Medios. Marzo 1994-febrero 1995.

Publicaciones

Autora del artículo: "Urgente acotar atraso en telecomunicaciones". Publicado en *La Gaceta de la Universidad de Guadalajara*. 28 de junio de 2010.

Autora del libro: *Relaciones prensa-gobierno en Tepic. Una caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Editorial cucsh-udg, enero del 2010.

Autora del artículo científico: "Modelos teóricos sobre la relación medios-Estado. Un mapa conceptual para analizar la relación prensa poder-público", en el libro *Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Editorial cucsh-udg, junio de 2010.

Coautora del artículo científico: "Franchises journalistiques et synergies productives dans la presse mexicaine". En el libro *Figures du Journalisme*. Dirigido por Dominique Augéy, Francois Demers y Jean-Francois Tétu. Canadá 2008: Les Presses de l'Université Laval.

Autora del artículo de divulgación cultural: "Por los caminos reales de Ixtlán". Periódico *Nayarit Opina Milenia*. Tepic, Nayarit. Jueves 5 de febrero de 2004.

Autora de nueve ensayos: "De Huidobro a Neruda", "Gabriela Mistral y el Ansia de Vivir", "La obra rulfiana en el cine", "Vicente Huidobro: hacedor de realidades", "César Vallejo y la desolación", "El paisaje de la muerte en la obra de Xavier Villaurrutia", "La música inefable de San Juan de la Cruz", "Nicanor Parra y la desmitificación de la poesía", y "La novela caballeresca, pastoril y picaresca en el siglo XVI". De febrero a octubre de 1998. En la revista cultural *Criterios*. Guadalajara, Jalisco.

Líneas de investigación:

1. Estudios sobre periodismo, comunicación política y consumo mediático.
2. Relaciones prensa-poder y análisis de prácticas periodísticas.

Grupos y redes de investigación: Red de Estudios Sobre Periodismo (REJ). Página de internet *Sur le Journalisme* (<http://www.surlejournalisme.com>).

Proyecto de investigación en curso:

Colaboradora del proyecto *Worlds of Journalisms: The Mexican case* (Culturas periodísticas el caso mexicano). Financiado por la Fundación Alemana para la Investigación (German Research Foundation, DFG) y la Fundación Nacional de Suiza para la Ciencia (Swiss National Science Foundation, SNSF).

Objetivo general

Explorar la vigencia de la "cultura universal del periodismo" en el contexto mexicano, para "mapear" las variaciones que el concepto "cultura del periodismo" tiene en diversas naciones, considerando los diferentes tipos de organizaciones de medios, prácticas individuales y factores contextuales. Página web del proyecto:

www.worldsofjournalisms.org

Otras investigaciones

Colaboración durante el 2007 y 2008 en el proyecto "Modelos de financiamiento en el periodismo mexicano". Dirigido por la Dra. María Elena Hernández Ramírez. Proyecto con registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Participación como investigadora asistente, durante el periodo Junio-Diciembre de 2005, en el proyecto de investigación "Franquicias periodísticas y sinergias productivas: hacia nuevos modelos de financiamiento en el periodismo mexicano", dirigido por la Dra. María Elena Hernández Ramírez. El proyecto tiene registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Auxiliar en el proyecto de investigación "Consumo de la Prensa en el Occidente de México" (el caso de Jalisco), que dirigió el Mtro. Pablo Arredondo Ramírez. Proyecto con registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara. 2005 y 2006.

Auxiliar de investigación en el proyecto de investigación "Comunicación y transición Política en México", dirigido por el Mtro. Pablo Arredondo Ramírez. Universidad de Guadalajara. 2005.

Colaboradora en el proyecto de investigación "Las prácticas de la lectura y la escritura en la Nueva Galicia", dirigido por la doctora Carmen Castañeda. Registrado en el CIESAS

Presidenta del Comité de Titulación de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. De septiembre de 2008 a la fecha.

Representante institucional de la Licenciatura en Periodismo, de la Universidad de Guadalajara, ante el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). De marzo del 2008.

Premios, becas y distinciones

"Reconocimiento a Perfil Deseable", que otorga la Secretaría de Educación Pública, a través del Programa de Mejoramiento del Profesorado (*PROMEP*). Julio de 2009-Agosto 2012.

PRIMER LUGAR en el Premio Nacional de Tesis de Maestría, que otorga el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), con la tesis "Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia la caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México". Octubre del 2008.

Beneficiaria de la beca "Apoyo a la Incorporación de Nuevos Profesores de Tiempo Completo", que otorga la Secretaría de Educación Pública, a través del Programa de Mejoramiento del Profesorado (*PROMEP*). Septiembre 2008 a Marzo de 2010.

Premio Estatal de Periodismo 2004 en el género de entrevista. Otorgado por la Universidad Autónoma de Nayarit y el Instituto Tecnológico de Tepic. 7 de junio de 2004.

Mención Honorífica en el género de crónica en el Premio Estatal de Periodismo 2004. Otorgado por la Universidad Autónoma de Nayarit y el Instituto Tecnológico de Tepic. 7 de junio de 2004.

Becaria del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), para cursar la Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara. Febrero a Junio del 2006.

Investigaciones

Cuerpo Académico: Estudios sobre periodismo, comunicación política y consumo mediático.

Identificación del CA: UDG-CA-407

IES: Universidad de Guadalajara. Consolidación: En formación

Currículum Rosalía Orozco Murillo

Nacionalidad: Mexicana
RFC: OOMR710831-JU4
Mail: orozmur@hotmail.com
Teléfono: 3311 652608

Perfil profesional:

Experiodista. Académica de Tiempo Completo en la Universidad de Guadalajara. Investigadora, especialista e interesada en estudiar los temas relacionados con el periodismo, su cultura, sus transformaciones y relaciones.

Formación académica

Maestría en Comunicación. Universidad de Guadalajara (2004-2006). Grado obtenido mediante la modalidad de examen profesional el 25 de julio de 2007. Título de la tesis: *Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia la caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México*. Directora: doctora María Elena Hernández Ramírez. Programa adscrito al padrón de excelencia del CONACYT.

Licenciatura en Letras. Universidad de Guadalajara (1991-1995). Título obtenido mediante la modalidad de examen profesional el 12 de enero de 1999. Tesis: *Libros devotas en Guadalajara, dos ediciones de Manojito de Flores*. Investigación realizada con el apoyo del CONACYT durante los años 1997-1998. Directora de la tesis: doctora Carmen Castañeda.

Cargos académicos

Jefe del Centro de Formación en Periodismo Digital. Sistema de Universidad Virtual. Universidad de Guadalajara. Desde febrero de 2011 a la fecha.

Presidenta de la Academia de Periodismo y Nuevas Tecnologías. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. De marzo del 2009 a la fecha.

Coordinadora del Programa Educativo de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. Universidad de Guadalajara. Septiembre de 2008 a Enero de 2011.

*Seminario "Enseñanza de la lectura, una visión comunicativa", LIUMUSA, Encuentro Nacional de Enseñanza, Guadalajara, Jalisco, marzo de 2001.

*Programa "*Vinculación Industrias Comunicacionales - Sector Privado*", UNIVA / Patronato para el Desarrollo Empresarial Mexicano, Jóvenes Emprendedores A.C. Enero - junio 1995.

*Seminario "Literatura Comparada", Programa literario XII Feria Internacional del Libro, Departamento de Letras, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, diciembre de 1998.

*Programa de Licenciatura en letras hispánicas, Universidad de Guadalajara, septiembre - febrero de 1998.

PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

Consejo de Carrera de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ITESO, 2002

* Aceptación como Alumno Convocatoria 2008 – 211, Doctorado en Ciencias Sociales – Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS Occidente). 56 concursantes, 9 aceptados nacionales. Doctorado inscrito en el Programa Nacional de Excelencia CONACyT. Invitación declinada por desaparición de línea institucional de investigación. 11 de agosto 2008.

* Finalista en competencias nacional abierta por le plaza de Profesor-Investigador Tiempo Completo, Licenciatura en Comunicación, Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México. (Invitación declinada por compromiso institucional irrevocable). 18 de julio 2008.

* Becario de investigación del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI). Cuerpo Académico Televisión, Historia, Producción y Recepción, Universidad de Guadalajara Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Guadalajara, Jal, 2006 – 2008.

* Beca de Excelencia en Apoyo al Posgrado, CONACyT, Maestría en Comunicación, Universidad de Guadalajara.

* Puntaje reportado en Examen Nacional de Posgrados CENEVAL EXANI III: 1,155 puntos. Mayo de 2006.

* Beca Parcial a Compromiso Académico, Licenciatura en Comunicación, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)

* Invitación a fungir como Investigador Educativo (declinada), Museo Interactivo El Trompo Mágico, Gobierno del Estado de Jalisco, Guadalajara, Jal., Marzo 2005.

* 2º Lugar en el CONCURSO ESTATAL DE CONOCIMIENTOS DGETI – 1997 representando a la Universidad del Valle de Atemajac, UNIVA.

* 2º Lugar en el concurso de cuento corto UNIVA, 1995.

FORMACIÓN MENOR

*Curso de posgrado “Análisis de datos cualitativos en interfaces ATLAS T.I.”, Federación Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Buenos Aires, Argentina, julio de 2010.

*Seminario de Especialización “Ciberculturas”. Dr. Klaus Bhrun Jensen, Universidad de Copenhagen. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, enero de 2006.

*Cátedra de Investigadores Nacionales / Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva / Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, primer semestre de 2006.

*Seminario Procesos cognitivos en la lengua inglesa “Superthink”, Houghton Mufflin International, 2002.

Responsabilidad: **asistente de investigación**. "Pedagogía de la televidencia noticiosa". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (2003-2004).

Responsabilidad: **asistente de investigación**. "Percepciones, apropiaciones y usos de las noticias televisivas por familias mexicanas". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (2002-2003).

TUTORÍAS ACADÉMICAS

Director de tesis. Alumna: Alma Celia Galindo Núñez. Tesis en proceso. Maestría en gestión y desarrollo social, Universidad de Guadalajara. Cal. 2010 - B- hasta la fecha.

Lector de coloquio. Alumna: Alma Celia Galindo Núñez. Maestría en gestión y desarrollo social, Universidad de Guadalajara. Diciembre, 2010.

Tutor académico (3° semestre), Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Febrero – julio 2011.

Tutor servicio social (7° semestre), Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Febrero – julio 2011.

Director de proyecto de titulación. Alumna: Luz Cirania Ontiveros. Proyecto de titulación. Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara. Calendario 2010 – B.

Sinodal. Examen profesional, alumno: Hugo García Díaz. Tesis: "La recepción televisiva del fútbol-pantalla en espacios comerciales". Maestría en Comunicación, Departamento de Estudio de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. 24 de enero de 2011.

Sinodal. Examen profesional, alumna: Citlali González Ponce. Tesis: "Fotografía y contexto comunicativo: la lectura fotográfica en niños de Aguascalientes y Ocumicho, Michoacán". Maestría en Comunicación, Departamento de Estudio de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. 14 de septiembre de 2010.

Asesor de tesis. Alumna: Rocío del Carmen Ascencio Jaime. Tesis: "Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva: una mirada al fenómeno de las telenovelas mexicanas como aproximación a la observación de la violencia". Licenciatura en Sociología, Universidad de Guadalajara, México. Enero de 2008.

Sinodal. Examen profesional, alumno: Alejandro Huízar Moreno, Reporte de prácticas en campo. Licenciatura en Sociología, Universidad de Guadalajara. 2 de junio de 2006.

DISTINCIONES

*Invitación a pertenecer, en calidad de especialista, al Directorio de Especialistas del Programa de Diplomado en Tecnologías de Información y Comunicación, UNAM. México, 6 de junio de 2009

***Asistencia logística** en el Panel "Al filo de las pantallas. Educación en la era de la visualidad tecnificada", VII Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara", noviembre de 2003.

***Asistencia logística** en el VI Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre 2002.

PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN DE MÁS DE UN AÑO DE DURACIÓN

Coordinador de proyecto y equipo de trabajo. "Desarrollo de comunicación institucional para Jalisco Hambre Cero A.C." Jalisco Hambre Cero / Banco de Alimentos / Licenciatura en Comunicación Pública, Universidad de Guadalajara (Diciembre 2010 -)

Co-coordinador de proyecto y equipo de trabajo. "Observatorios de televisión en la escuela: un espacio para desarrollar la interacción crítica y creativa de docentes y estudiantes con las pantallas (montado en 10 escuelas de Jalisco). Titular Dr. Guillermo Orozco, Consejo estatal de Ciencia y Tecnología de Jalisco (COECyTJAL) –U de G, Televidencias A.C. (diciembre 2010 – marzo 2011).

Co-coordinador de proyecto. "¡Apantállate! La interacción educativa de jóvenes con las pantallas. Titular Dr. Guillermo Orozco, Televidencias, A.C. (2008-).

Administrador de proyecto binacional. "Difusión internacional de buenas prácticas de divulgación científica hechas en Jalisco, México y Trieste, Italia". Titular: Dr Guillermo Orozco, COECyTJAL – Televidencias A.C. (2008-2008).

Investigador Titular: "El espacio público de la WEB en la transnacionalización de comunidades México Estados Unidos", Investigación posgradual, CONACyT, Universidad de Guadalajara (2006-2008).

Responsabilidad: asistente de investigación. "Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva" (OBITEL). Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario Ciencias Sociales y Humanidades, Un. de Guadalajara. (2005-2008).

Responsabilidad: asistente de investigación. "Jóvenes y usos sociales de Internet. Investigación comparativa entre Montreal, Guadalajara y Cuernavaca". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Univ. de Guadalajara - Universidad de Montréal (2006-2008).

Responsabilidad: asistente de investigación. "Maneras de estar y de ser y medios de aprender frente y más allá de las pantallas". Titular: Dr. Guillermo Orozco Universidad de Guadalajara, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades(2004-2006).

Ponente. Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) 2008. Ponencia "De la red a la acción: la diáspora virtual mexicoamericana desde de la perspectiva del capital social", Monterrey, 6 – 9 de mayo de 2008.

Ponente. VI encuentro Internacional de la Unión Latina de la Economía Política para la Información la Cultura y la Comunicación (ULEP-ICC). Ponencia "Sitios de oriundos" en la WEB: la diáspora mexico-americana y algunos usos sociales de la Internet como nuevos mecanismos de producción de capital social", México, Noviembre 2007.

Ponente. X Congreso Internacional del IBERCOM "Identidad Iberoamericana. Comunicar la unidad de la diversidad". Ponencia "Los sitios de oriundos": una visión de la diáspora mexicoamericana y sus usos sociales de la WEB desde el enfoque del capital social", Guadalajara, 21 y 22 de noviembre de 2007.

Ponente. Encuentro Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Ponencia "Los usos sociales desde el capital social. El caso de la diáspora mexicana y el surgimiento de los "sitios de oriundos en la WEB" 16,17 y 18 de octubre de 2007.

Ponente. Encuentro de Comunicación 2002. Ponencia "Campo comunicativo: experiencias, retos y encuentros", Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2002.

Ponente y Coordinador del Panel. Jornadas de Comunicación 2001 "Comunicación, estudiantes y futuros profesionales", Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2001

Ponente. Jornadas de Comunicación 2001. Ponencia: "Comunicación, jóvenes practicantes y campo académico". Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2001

Ponente. Coloquio "Los procesos de comunicación y salud en el adolescente", Semana de Comunicación CECyTVA – UNIVA, Universidad del Valle de Atemajac, 26 de febrero 1996.

***Coordinación logística** en la "Presentación del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), Capítulo México, Feria Internacional del Libro (FIL) y Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Universidad de Guadalajara, noviembre de 2005.

***Asistencia logística** en el IX Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre de 2005.

***Coorganizador** "Primer Congreso Internacional OBITEL", OBITEL México y Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Universidad de Guadalajara, Octubre 2007.

***Asistencia logística** en el VIII Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre de 2004.

Codictaminación a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista *Mediaciones*, Universidad Minuto de Dios, Colombia, 13 agosto 2008.

Codictaminación a libro (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación, UNAM, noviembre de 2007.

Codictaminación a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista *Communicare*, Universidade Cásper Líbero, Brasil, 8 de septiembre 2008.

Reseña a obra y entrevistas concedidas y publicadas

*Reseña a obra, Periódico *El regional*, Universidad Nacional de Neiva, Colombia, agosto de 2010

*Reseña a obra, Proyecto Comunicación Transnacional, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS). <http://mexicopolis.net/circuito/index.php>. Julio de 2010.

*Entrevista pedida para periódico mexiconorteamericano *Guadalajara Reporter*, aparecida con el título "**How videogames are changing the world**", Guadalajara, Jalisco, 4 de febrero 2009, sección Columns.

*Entrevista pedida para *Periódico Mural-Milenio*, aparecida con el título "**Migran a la Red**", sobre las comunidades virtuales de migrantes mexicanos y mexicoamericanos en Internet, en el marco de las movilizaciones masivas del 1° de mayo de 2006, Guadalajara, Jalisco, Sábado 6 de mayo de 2006, P. 8, sección Comunidad.

PONENCIAS y CONFERENCIAS

Conferencista internacional invitado. Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Conferencia "Teoría de la argumentación", Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, La Plata, Argentina, 15 julio de 2010.

Conferencista internacional invitado. Ciclo experiencias recientes de investigación en comunicación y cultura en América Latina, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Conferencia "Internet, migración y transnacionalización: la diáspora digital mexicoamericana". La Plata, Argentina, 9 de junio de 2010.

Ponente. Primer Congreso Iberoamericano de Calidad en Educación a Distancia Eduqua 2008, Ponencia "Las redes virtuales, tutores informales: nuevas formas en la producción mediada de capital social", Mendoza, Argentina, 29-31 de Octubre de 2008.

Ponente. Semana de Sociología, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara. Ponencia "Los sitios de oriundos, un fenómeno mediático-migratorio inexplorado", Guadalajara, 27 de mayo de 2008.

"Entrevista a Guillermo Orozco: propuestas sobre la planificación doctoral en programas de posgrado en comunicación en América Latina", Revista Tra(m)pas de la Comunicación y la Cultura, Universidad Nacional de La Plata, Número especial RIDOCOM

"Pensar la comunicación desde América Latina: Un estado de la cuestión de la formación de doctores en Comunicación en universidades latinoamericanas", Revista Tra(m)pas de la Comunicación y la Cultura, Universidad Nacional de La Plata, Número especial RIDOCOM. Coautoría con RIDOCOM

"La sociología clásica norteamericana de la comunicación y su actualidad en los estudios de opinión" (colaboración con Liliana Demirdjian), Comunicación y sociedad, Universidad de Guadalajara, Diciembre de 2010.

"Contextos de inclusión tecnológica. Una revisión de estudios en México y Argentina" (en coautoría con Dorismilda Flores y Esaú Bravo), Global Media Journal. noviembre de 2010.

"Los sitios de oriundos en el proceso de transnacionalización México-Estados Unidos. Un acercamiento al caso del sureste mexicano", Revista Sur de México, Universidad Autónoma de Yucatán (UADY). Artículo por pedido (Dr. Esteban Krotz) / Número Inaugural, febrero de 2009.

Dictámenes a obras académicas realizados

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, marzo 2011.

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, febrero 2011.

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, enero 2011.

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, septiembre 2010.

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, 2008.

Codictaminación con comentarios a la **"Ley para la Equidad e Igualdad entre Mujeres y Hombres del Estado de Jalisco"**, a propósito de materia mediática. A petición de Campo Nuevo A.C., México, 1 de agosto 2008.

Internacional IBERCOM "Comunicar la unidad de la diversidad", México, Noviembre de 2007.

Colaborador Investigador en los capítulos

"¿De una expresión cultural a un mero objeto de consumo? Un itinerario de la telenovela en México", Autor: Guillermo Orozco para publicarse en el libro *Hacia un estudio de la cultura popular en la Península Ibérica: una aproximación comparada*, Santiago de Compostela; coordinador Lorenzo Vilches. En prensa.

"TV In Mexico", Autor: Guillermo Orozco (2005), en COOPER-CHEN, Anne (coord.) *Global Entertainment Media*, Lawrence Erlbaum, Nueva Jersey, ISBN 0-8058-5169-0.

Coordinación de cuidado editorial de libros y monográficos

"Televisión en México. Un recuento histórico". Autores: Guillermo Orozco y Francisco Hernández (2007), Universidad de Guadalajara, México, ISBN 978-970-27-1302-9.

"Un mundo de visiones". Autor: Guillermo Orozco (Ed.) (2007), Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, México, ISBN 970-792-041-6.

"Educomunicación en América Latina", Número monográfico especial, No. 29, Revista Comunicar", Grupo Pedagógico Andaluz, España, ISSN 1134-3478/DL:H-189-93 (2007).

"Anuario de la Ficción 2009", Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva, México - Brasil. Globo Universidade, Sao Paulo, Brasil. Coorrevisor.

Traducción de artículos

Thomas Tuttle, (2007) "*Soap Operas y construcción de sentido: Mediaciones y etnografía de audiencia*", en Comunicación y Sociedad, No. 8, Número especial XX aniversario, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. ISSN 0188-252x. Inglés - Español. Pp. 89-112. (traducción delegada personalmente por el autor).

Guillermo Orozco (2007) "**Podemos ser más creativos al pensar sobre cómo adoptar generalizadamente la innovación tecnológica en la educación**" En Revista Matrices, Núm. 1, Universidad de Sao Paulo, Sao Paulo. ISSN 1982-2073. Inglés - Español Pp. 209-118

Traducción a portugués, **Papelería institucional y documentos de difusión**, panel Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva, ALAIC / Congreso de las Américas, México, DF, Julio 2008.

Publicaciones en prensa o en dictamen

Edición de videos con Windows Media Maker
<http://explore.live.com/windows-live-movie-maker-video-editing-using>

Jaycut, editor de videos en línea
<http://jaycut.com/>

Youtube, subir y compartir videos en internet
<http://www.youtube.com/>

Soundcloud, subir y compartir audios en internet
<http://soundcloud.com/>

DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio
Programa al que pertenece	Nivelación de licenciatura en Periodismo digital
Experto disciplinar	Gilberto Magaña Hernández
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	28 de Noviembre 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante desarrolla análisis indicativos de las prácticas editoriales manifiestas en los mensajes de un medio para ejercer las funciones y expresar las políticas editoriales.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	División del trabajo editorial en los medios, las secciones y los formatos y géneros editorializantes. Formas de tratamiento de la información particularmente de la oportunidad, jerarquía, precisión, periodicidad y pluralidad. Formas de afiliación (o pertenencia) de las y los periodistas a los equipos de edición (redacciones) y otras asociaciones (trabajo
---------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	independiente) y su reflejo en los contenidos periodísticos.
Habilidades	De lectura, análisis, interpretación, argumentación oral y escrita; de diseño para la investigación; de metodología y exposición.
Actitudes	Reflexión, comprensión, capacidad de síntesis.
Valores ¹	Respeto a las diferencias de opinión y honestidad intelectual.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERILO DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Elaborar un reporte o diagnóstico de las funciones editoriales de un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (funciones y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Corporalidad mediática y editorial: conceptos y teoría.	Apropiación de los editoriales: métodos y diseño indicativos.	Rearticulación: interpretación, análisis y evaluación de datos.
Objetivo	Articular un marco referencial a partir de identificar el campo de estudio.	Construir una muestra significativa de prácticas editoriales.	Extraer, organizar y explicar la información contenida en la muestra.

Contenido	A partir de la comprensión y el análisis se definen y relacionan las prácticas "editoriales" con la "información".	Conocimiento y desarrollo de actitudes etnohemerográficas, de formas de registro y construcción de datos sobre prácticas reales de un medio de comunicación.	Análisis de los registros obtenidos, puesta en contexto y vinculación con los saberes y la práctica real.
Producto de la unidad	Marco teórico.	Diseño de muestra.	Ensayo (avance del reporte).

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Título	<i>Cómo se escribe un periódico</i>
Autor	BASTENIER, Miguel Ángel
Editorial	F.C.E. - F.N.P.I.
Año	2009
Título	<i>Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística</i>
Autor	CASALS C., María Jesús
Editorial	Fragua
Año	2005
Título	<i>Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico</i>
Autor	DÍAZ Noci, Javier
Editorial	Universidad del País Vasco

Año 2001
Título "Análisis del discurso"
Autor HAIDAR, Julieta, en: GALINDO, Luis Jesús (coord.): *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*; pp. 117-164
Editorial Addison-Wesley

Año 1998
Título "Construcción de la realidad e imaginarios sociales en los mass medias: la hipervisibilidad moderna"
Autor IMBERT, Gerard; en: GARCÍA Ferrando, M. et al.: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*; pp.605 - 624

Editorial Alianza

Año 2000 [1986]
Título *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*

Autor JENSEN, Klaus B. (ed.)

Editorial Routledge

Año 2002
Título *Texto y contexto*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Cátedra

Año 1980
Título *La noticia como discurso*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Paidós

Año 2001 [1980]

Complementaria

Título *Teoría general de la información*

- Autor** ABRIL C., Gonzalo
- Editorial** Cátedra
- Año** 1997
- Título** *Modernidad, pluralismo y crisis del sentido*
- Autor** BERGER, Peter y Thomas LUCKMANN
- Editorial** Paidós
- Año** 1997
- Título** *Redacción para periodistas: informar e interpretar*
- Autor** CANTAVELLA, Juan y José Francisco SERRANO (coords.)
- Editorial** Ariel
- Año** 2004
- Título** *Estilo y géneros periodísticos*
- Autor** CASASÚS, Josep Ma. y Luis NÚÑEZ L.
- Editorial** Ariel
- Año** 1991
- Título** *La interpretación de las culturas*
- Autor** GEERTZ, Clifford
- Editorial** Gedisa
- Año** 1990 [1973]
- Título** *De los medios a las mediaciones*
- Autor** MARTÍN-Barbero, Jesús
- Editorial** Convenio Andrés Bello
- Año** 2003 [1987]
- Título** *La invención de la comunicación*

- Autor MATTELART, Armand
- Editorial Siglo XXI
- Año 1995 [1994]
- Título *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*
- Autor McQUAIL, Denis
- Editorial Paidós
- Año 2000 [1983]
- Título *Horizontes fragmentados; comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*
- Autor REGUILLO C., Rossana
- Editorial ITESO
- Año 2005
- Título "El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada"; en: rev. *Anàlisi*, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona; n.29 (Antropología de la comunicación), pp.63-79.
- Autor REGUILLO C., Rossana
- Editorial ITESO
- Año 2002
- Título *Metodología de la investigación cualitativa*
- Autor RODRÍGUEZ Gómez, Gregorio; Javier GIL Flores y Eduardo GARCÍA Jiménez
- Editorial Aljibe
- Año 1999 [1996]
- Título *Manual de estructura de la información*
- Autor SÁNCHEZ-BRAVO Cenjor, Antonio
- Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.

- Año** 1992
- Título** *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*
- Autor** SANTAMARÍA S., Luisa y María Jesús CASALS C.
- Editorial** Fragua
- Año** 2000
- Título** *Basics of Qualitative Research*
- Autor** STRAUSS, A. y J. CORBIN
- Editorial** Sage
- Año** 1990
- Título** *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communications*
- Autor** THOMPSON, John B.
- Editorial** Stanford University Press
- Año** 1990
- Título** *Las media y la modernidad*
- Autor** THOMPSON, John B.
- Editorial** Paidós
- Año** 1998 [1997]
- Título** *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*
- Autor** VALLES, Miguel S.
- Editorial** Síntesis
- Año** 1997

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Evaluación de los servicios informativos a las audiencias
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosa Elena Richart Varela
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/Noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante diseña un diagnóstico integral que le permita medir la satisfacción de las audiencias en los sistemas primarios (Gráfica, Radio y Televisión) y/o medios digitales, atendiendo principalmente a los mecanismos de interacción y satisfacción de las mismas en los servicios informativos.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Rating, importancias y aplicación de la información en tiempo real. Provisión de sistemas de consulta a las audiencias. Sistemas de medición de audiencias.
Habilidades	Identifica las necesidades de información de los usuarios. Procesa y selecciona información relevante para la toma de decisiones en la satisfacción de los usuarios. Diseñar estrategias corporativas que permitan consolidar la satisfacción de los usuarios. Diseñar instrumentos de evaluación.
Actitudes	Objetividad para el análisis de la información obtenida. Creatividad para diseñar instrumentos de medición.

Valores¹ : Honestidad en el uso y manejo de la información.
 : Ética en el desempeño profesional.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.

Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: El estudiante realiza un diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias en sistemas primarios de comunicación y/o medios digitales.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Sistemas de medición de audiencias	Sistemas de recolección de datos	Diagnostico de los mecanismos de interacción de servicios a las audiencias
Objetivo	El estudiante conocerá las características y ventajas de cada uno de los sistemas de medición de audiencias para poder elegir el más apropiado para	El estudiante identificará cual es el sistema de recolección de datos más funcional para su proyecto de medición de audiencias.	El estudiante realizará un análisis minucioso del diagnostico de los mecanismos de interacción de servicios a las audiencias.

Contenido

utilizar en la
evaluación al medio
de comunicación
elegido.

**Sistemas de
Medición de
audiencias más
importantes:**

1.-

Análisis de Logs.

**2.-Análisis mediante
tags**

**3.- Análisis Mediante
paneles.**

**4.- Análisis Mediante
encuestas.**

**5.- Análisis Mediante
usos de navegación.**

**Empresas líderes en
la medición de las
audiencias:**

Infoadex

AIMC

OJD

**TNS Audiencia de
Medios**

- 1) Mediciones directas.
- 2) Observación activa y pasiva.
- 3) Estudios de caso.
- 4) Encuestas por muestreo.

**Elementos
básicos de un
reporte.**

**Análisis de
resultados de
una
investigación**

Producto de la unidad	Reporte detallado de cada uno de los sistemas de medición de las audiencias estudiadas.	Diseño del instrumento a trabajar en el diagnóstico a aplicar	Análisis del diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios.
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIB. IOGRA A

Básica

Impacto en los cinco sentidos

Norberto Alvarez Debans

Valletta ediciones

Argentina 2000

http://www.nielsen-online.com/downloads/es/SiteCensus_Generic_ES.pdf

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque8/pag3.htm>

<http://www.fao.org/docrep/u1310e/u1310s07.htm#M%C3%A9todos%20de%20recolecti%C3%B3n%20de%20datos>

<http://fundamentosinvestigaciontec.blogspot.com/2009/05/reporte-de-investigacion.html> (consultado el 26/11/2011)

<http://www.slideshare.net/ericupr/presentacin-de-elaboracin-reporte-de->

investigación (consultado el 26/11/2011)

Complementaria

<http://tdx.cat/bitstream/handle/10803/4155/TMBN2de6.pdf?sequence=2>
(consultado 25/11/2011)

<http://www.geiuma-oax.net/sam/formatobasicopararedactareportres.pdf>
(consultado 26/11/2011) power sobre estilos de reportes científicos)

http://servidor-opsu.tach.ula.ve/7jornadas_i_h/paginas/doc/IIHE-2011-PN37.pdf
(Consultado 26/11/2011) power ejemplo de un informe sobre investigación de audiencias)

<http://www.slideshare.net/Bernachi/los-metodos-mixtos> (Consultado 26/11/2011)

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Escritura para nuevos medios y audiencias
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo y Sergio René de Dios Corona
Asesor pedagógico	Mtra. Patricia Gpe. Camacho Cortez
Fecha de elaboración	30/10/11

2. COMPETENCIA

El estudiante redacta discursos y contenidos periodísticos precisos y veraces para ser difundidos en plataformas digitales y en línea.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Perfil y necesidades de los usuarios de Internet-Concepto de "usabilidad" aplicado a los sitios de Internet-El lenguaje y el estilo de la redacción periodística en Internet-Modelos de pirámide invertida aplicados a noticias para Internet- Titulación y edición de textos periodísticos para Internet
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Redactar discursos informativos para Internet-Utilizar la pirámide invertida en sus diferentes niveles-Editar y estructurar discursos informativos que se difundirán en línea-Romper la uniformidad de textos periódicos para Internet-Producción y documentación de información-Desarrollar una visión crítica y analítica sobre los textos publicados en línea
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Interés para aprender nuevos conceptos-Apertura para trabajar bajo presión

	-Interés por aprender a redactar para medios en línea
	-Autocrítica, para mejorar lo realizado
	-Creativa, para generar nuevos contenidos
	-Tolerancia a las críticas
Valores ¹	Precisión y concisión
	Veracidad
	Ética periodística
	Solidaridad para trabajar en equipo
	Respeto a los puntos de vista diferentes

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Producción y difusión de contenidos

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Producción de una noticia donde se aplique la estructura y elementos adecuados para los usuarios de Internet.
(La noticia o producto que sea publicable se difundirá en un blog creado expresamente para la materia y que será editado por el instructor).

6. RECORTE DE CONTENIDO (un cuadro y contraindust)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Perfil y necesidades del usuario de Internet	El lenguaje y el estilo de la redacción periodística en	La pirámide invertida en la redacción de noticias para	Producción de textos periodísticos para Internet

Objetivo	Identifica cómo leen, consumen y usan la información los usuarios de Internet	Internet Conoce cuál es el estilo de redacción para Internet	Internet Aplica los niveles del modelo de pirámide invertida en noticias que se difunden vía Internet	Producir una noticia publicable para la web.
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comportamiento del usuario de Internet: lo que dicen las investigaciones 2. El concepto de usabilidad aplicado a los contenidos que se difunden vía Internet 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El lenguaje del periodismo en Internet 2. La ciber redacción periodística 3. Redactar con sentido humano, no para buscadores 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El modelo de la pirámide invertida y sus niveles de utilización para Internet. 2. Cómo romper la uniformidad de los textos periodísticos (titulación, uso de intertítulos, negritas, enumeraciones, colores e imágenes para atraer al usuario 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan para generar un producto informativo para la web
Producto de la unidad	<p>Análisis crítico de los estándares de usabilidad de dos portales de noticias. (Incluir propuestas para mejorar la usabilidad de los sitios analizados).</p> <p>Se</p>	"Guía de estilo y redacción para Internet".	Dos noticias reestructuradas para Internet, en la que se explique uno de los niveles de pirámide invertida; y se evidencien los criterios de usabilidad recomendados	Noticia con la estructura, estilo y elementos adecuados para los usuarios de Internet. (La noticia o producto que sea publicable se difundirá en un blog creado expresamente

proporcionará una plantilla a los alumnos.

para la web

para la materia y que será editado por el instructor).

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

-Camus, Juan Carlos (2010). *Tiene 5 segundos. Gestión de contenidos digitales*. Libro disponible en la página:
<http://tienes5segundos.cl/libro/>

-Franco, Guillermo (2008). *Cómo escribir por la web*. EU, Fundación Knight para el Periodismo en las Américas. Libro digital disponible en la página:
http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php

-Franco, Guillermo (sf) "Usted tiene mi atención, por favor no me lo repita!". Artículo en PDF. Versión en línea disponible en:
http://issuu.com/gegarba/docs/usted_tiene_mi_atenci_n

-García Hilda (2011) "El lenguaje del periodismo en Internet". En *Revista Mexicana de Comunicación*. Edición 123, abril-junio. México: Fundación Manuel Buendía A.C. (pp.17-20 y 49). Versión disponible en línea:
<http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/05/30/El-lenguaje-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2vSFSTr>

-Katwala, Jaldeep (2011). "10 consejos para detectar una noticia". EU, Centro Internacional para Periodistas y Media Helping Media. Disponible en línea: <http://ijnnet.org/es/stories/90743>

Lohr, Steve (2006). "Este aburrido titular fue escrito para Google". EU, New York Times. Versión traducida al español en Word. Versión original en inglés disponible en la página:

<http://www.nytimes.com/2006/04/09/weekinreview/09lohr.html?pagewanted=all>

- Martín Herrera Inma (2005). "Ciber redacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio". En *Revista Latinoamericana de Comunicación, CHASQUI*. Diciembre, N. 092. Ecuador: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. (pp.24-29). Versión en PDF, disponible en línea: <http://chasqui.comunica.org/content/view/421/127/>

Manual de Estilo para Nuevos Medios. Sitio web de la Fundación BBUV con información amplia sobre el tema:
<http://www.manualdeestilo.com/>

- Orihuela, Jose Luis (2003). "El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad". En *Revista Latinoamericana de Comunicación, CHASQUI*. N. 83, Septiembre. Disponible en línea:
<http://chasqui.comunica.org/content/view/151/62/>

- Orozco Munillo, Rosalía y Farina, Héctor (2010) "La pirámide invertida en la Web" PPT. México: Centro de Formación en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Versión en PPT.

- Ortega Santamaría Sergio (2007). "Evolución del perfil del usuario: Usuarios 2.0". En *No Sólo Usabilidad No 6* (Revista electrónica española). Artículo digital disponible en:
<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usuario20.htm>

Ramaris Albert Trinidad. "Periodismo Web 2.0: La interacción entre los webactores y el blog periodístico. El caso de The Huffington Post". II Congreso Internacional Comunicación 3.0

Universidad Complutense de Madrid Madrid, España.
<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/075.pdf>

Complementaria

-Breiner, James (2011). "Los nuevos lenguajes". En *Revista Mexicana de Comunicación*. Edición 123, abril-junio. México: Fundación Manuel Buendía A.C. (pp.11-16). Versión disponible en línea: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/05/30/los-nuevos-lenguajes-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2vSF5Tr>

-Briggs, Mark (2009) *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*. Estados Unidos: Fundación Knight para el Periodismo en las Américas. Libro digital disponible en la página: knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf

Martínez Gutiérrez, Fátima. (2008). Eyetracking y usabilidad: claves de investigación en los procesos de lectura en línea. *SEECI*. N° 16. Julio. Año XI. Páginas: 98- 118

<http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2016/FatimaMar.pdf>

-Grijelmo, Alex (2008). *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.

-Hohmann, James (2011). *Las 10 mejores prácticas para redes sociales, directrices útiles*. EU, Comité de Ética y Valores de la American Society of News Editors (ASNE). Libro digital disponible en la página web: <http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/las-10-mejores-practicas-para-medios-sociales-es>

-López Hidalgo, Antonio (2009). *El Titular. Manual de titulación periodística*. México: Alfaomega.

Orozco Murillo, Rosalía (2011). "El periodismo digital implica esfuerzo y creatividad". Video-entrevista a Sergio René de Dios Corona. Centro de Formación en Periodismo Digital, Universidad de Guadalajara. Disponible en línea: http://www.youtube.com/watch?v=W7SXAplMs_U&feature=player_embedded

-Poynter Institute (2011). *Conjunto de Guías Éticas para Hacer Periodismo en la Web*. EU, Instituto Poynter. Libro digital disponible en la página web:
<http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/conjunto-de-guias-eticas-para-hacer-periodismo-en-la-web-es>

-Velásquez O. César Mauricio et. All., (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Colombia: Universidad da la Sabana, Ecoe ediciones.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Producción Multimedia
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Fidel Antonio Romero Álvarez
Asesor pedagógico	Ruth Medina
Fecha de elaboración	26 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante aplica la metodología, producción y edición de proyectos multimedia de calidad para medios digitales con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Teoría sobre conceptos básicos de multimedia.- Tipología de proyectos multimedia.- Contenidos digitales: imágenes, textos, audios y videos.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">- Las herramientas y recursos para la producción multimedia.- Producción de elementos multimedia: texto, imágenes, audio y video.- Manejo técnico para grabar, crear, abrir, editar, importar, guardar y compartir elementos multimedia.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">- Producción de proyectos multimedia para el periodismo digital.- Permeables al medio tecnológico.- Observador, perseverante, y en continua investigación sobre producción multimedia.- Asumir roles e interés por producir multimedia.- Trabajo colaborativo en equipo.
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">- Creativo en la producción de elementos multimedia.- Ética periodística.- Solidaridad en el trabajo en equipo.- Aprendizaje cooperativo a través del uso de herramientas digitales.- Respeto a los puntos de vista diferentes.- Tolerancia a las críticas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA

A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La multimedia y sus elementos.	Producción de audio.	Producción de video.	Producción de una multimedia.
Objetivo	El estudiante identificará la multimedia, sus elementos, tipos y procesos, así como dar un opinión sobre los formatos de imágenes y tipografías adecuados para producir periodismo multimedia.	El estudiante producirá un audio con un fin periodístico.	El estudiante producirá un video con un fin periodístico.	El estudiante producirá un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.
Contenido	<ul style="list-style-type: none">- ¿Qué es multimedia?.- Elementos de una multimedia.	<ul style="list-style-type: none">- Formatos básicos de audio.- Grabación y edición básica de audio:	<ul style="list-style-type: none">- Formatos básicos de video.- Grabación y edición básica de video:	<ul style="list-style-type: none">- Técnicas básicas para la producción multimedia.- Herramientas y recursos

	<ul style="list-style-type: none"> - Tipología de proyectos multimedia. - Formatos de imágenes. - Tipos de fuentes adecuadas para la producción de una multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar audio en diferentes formatos. - Subir y compartir audios en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar video en diferentes formatos. - Subir y compartir videos en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - para la producción multimedia.
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico de doble entrada sobre los diferentes tipos de contenido multimedia, con sus características y procesos para llevarla a cabo.	Un audio producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar, abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	Un video producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar, abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	Una multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

Básica

- Orellana Valdés, Ramón (08/2009). *Mapas conceptuales y aprendizaje significativo*. El Cid Editor, Apuntes. Argentina. 9 p. (E-libro).
- León Ramírez, Manuela (08/2009). *Multimedia*. El Cid Editor, Apuntes. Argentina. 29 p. (E-libro).
- Chaljub Duarte, José A. *Videos a la medida de las necesidades de las clases*. *Pedagogía Universitaria*, Vol. 14, No. 3, 2009. Editorial Universitaria, Cuba, 2009. (E-libro 10 p.).
- McAdams, Mindy. (Septiembre 2009). *Gufa de habilidades multimedia para periodistas*. Tr. María Elena Brizuela. 1-33p. <http://www.jou.ufl.edu/faculty/mmcadams/PDFs/RGMPespanol.pdf>
- Warner, Janine. *Perfil de la presentación multimedia*. <http://jcwarnar.com/colombia/multimedia-instrucciones.html>
- Juan Carlos Camus (octubre 2009) *Tienes 5 segundos*, Página 92-95, Tipografía, la letra correcta.
- Instrucciones para ejecutar un proyecto multimedia
Jane Steven

Complementaria

- Herramientas Digitales para Periodistas
Sandra Crucianell
- Taller de Multimedia
<http://tallermultimedia.blogspot.com/>
- Guion Multimedia
<http://www.guionweb.net/>
- Preproducción Multimedia
<http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Producción Multimedia / Comunicación visual
<http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns->

sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

- Juan Ignacio Rodríguez Navarro. (9 abril 2008). "Tipos de formatos o archivos de audio". En Desarrolomultimedia.es <http://www.desarrollomultimedia.es/articulos/tipos-de-formatos-o-archivos-de-audio-y-codecs.html>
- Thinkfree. Editor de textos libre en línea. <http://member.thinkfree.com/member/goLandingPage.action>
- Audacity, editor de audio libre y multiplataforma <http://audacity.sourceforge.net/?lang=es>
- Tutorial Audacity <http://audacity.sourceforge.net/manual-1.2/>
- Windows Live Movie Maker, editor de video <http://windows.microsoft.com/es-ES/windows7/products/features/movie-maker>
- Edición de videos con Windows Modia Maker <http://explore.live.com/windows-live-movie-maker-video-editing-using>
- Jaycut, editor de videos en línea <http://jaycut.com/>
- Youtube, subir y compartir videos en internet <http://www.youtube.com/>
- Soundcloud, subir y compartir audios en internet <http://soundcloud.com/>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Gestión y administración de audiencias y usuarios
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Esther Vargas
Asesor pedagógico	Carmen Coronado
Fecha de elaboración	20 de julio de 2011

2. COMPETENCIA

Manejo y gestión de usuarios y comunidades en redes sociales con fines periodísticos.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Impacto de las redes sociales en el periodismo y el actual escenario 2.0.- Qué es una marca digital y cómo crear identidad en línea.- Monitoreo de redes sociales.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">- Practicar y reflexionar sobre los cambios en las redes sociales.- Practicar y reflexionar sobre los contenidos que generan los usuarios en las redes sociales.- Estrategias para manejar los medios sociales bajo dos claves: conversar y escuchar.- Aprender e integrar redes sociales para maximizar presencia en la web.- Transmitir pautas a los miembros de la redacción con la finalidad de que cada uno de los periodistas que integran la organización actúen como CM.- Ejercitarse herramientas para mejorar el monitoreo de redes sociales.

Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> · Apertura ante nuevos retos · Apertura para trabajar en equipo · Interés por manejar diversas redes sociales o comunidades
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none"> · Ética periodística · Tolerancia a la frustración · Tolerancia a las críticas · Buen uso e interpretación de la información

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Los participantes serán capaces de analizar buenas prácticas en redes sociales y trabajarán en las pautas necesarias para instalar Twitter y Facebook en la redacción del medio para el cual laboran.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción : Guía de buenas prácticas para el uso y gestión de redes sociales* que incluya pautas y estrategias para llevar a cabo la gestión, manejo y medición de redes sociales.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4	Unidad 5
Título	Las redes sociales: el nuevo escenario de los medios y de	La marca digital del periodista. Reputación online y dilemas	Las redes sociales como plataforma de diálogo con la	Todos somos Community Manager en la redacción	Monitoreo y medición del impacto de las redes sociales

	los periodistas	éticos	audiencia		
Objetivo	Analizar el impacto de las redes sociales en el periodismo y el actual escenario 2.0.	Reconocer la importancia de tener una marca digital y comenzar a crear una identidad en línea.	Desarrollar estrategias para manejar las redes y comunidades sociales bajo dos claves: conversar y escuchar.	Aplicar en la organización pautas y estrategias para que los periodistas actúen como CM.	Usar herramientas para monitorear y medir el impacto que tienen las redes sociales en la difusión de información periodística
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> -El Concepto de red social y web 2.0 -Tipos de redes sociales. -Facebook y Twitter -Las redes sociales como fuente de información - -Características del nuevo consumidor en las redes sociales -Trabajar de la mano con la audiencia 	<ul style="list-style-type: none"> -Qué es marca digital -10 señales de que tienes una marca digital como periodista -Reputación online. -¿Cómo ser un usuario confiable? -Manuales de ética para periodistas en las redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> -Cómo dialogar con la audiencia -Por qué debo escuchar -Cómo aprovechar las fuentes para crear contenido en línea -Los ciudadanos, aliados de los periodistas. -La audiencia generadora de contenidos 	<ul style="list-style-type: none"> -¿Qué es y cuáles son las funciones de un Community Manager? -Las redacciones necesitan un Community Manager. ¿Dónde encontrarlo? -El Community Manager en la redacción 	<ul style="list-style-type: none"> -Monitoreo de Twitter y Facebook -Medición de Twitter y Facebook

en las redes sociales

- Casos de éxito en el uso de redes sociales para la innovación, distribución y comunicación

Producto de la unidad

Documento donde se explique la importancia de las redes sociales para su labor periodística

Decálogo de buenas prácticas para debatirlo con su medio.

Documento con la estrategia de gestión y manejo de audiencias que incluya cómo manejar contenidos producidos por los usuarios de redes sociales.

Documento con la estrategia para motivar a miembros de la redacción a convertirse en Community manager. Incluir cómo se maximizará presencia de la organización en la web.

Reporte de medición y monitoreo de redes sociales.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

1 Universo geo social

Registro en Twitpic Un ejemplo del poder de Twitter

Cifras sobre el uso de redes sociales por parte de los periodistas

Lee Anderson y las redes sociales

8 consejos para que Facebook sirva a tu medio

Twitter se consolida en la televisión

Cómo generar buen contenido para Internet de la mano con las audiencias

2 Consejos para los jóvenes periodistas en la era digital. Nate Silver durante la ceremonia de graduados de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia. Documento completo.

10 señales para determinar que tienes una marca digital.

Reputación online

Storify: Periodistas, redes sociales y manual.

10 buenas prácticas para el manejo de redes sociales recomendadas por la Sociedad de Editores

Cuenta personal y cuenta profesional. ¿Son necesarias dos?

The Washington Post también mete la pata en Twitter

3 7 claves para mejorar tu relación con la audiencia

Cómo solucionar una crisis en Twitter

Guía para usar Facebook como periodista

30 consejos y 20 razones para que las empresas participen las redes sociales

4 10 consejos para un community manager

Facebook para periodistas

Los periodistas no usan Facebook de manera profesional

La función del Community Manager -Ebook

Ser periodista, Community Manager, entrenador de equipo y mucho más

Para Facebook, los periodistas debemos ser la mejor fuente de noticias

5 Recursos para aprovechar Twitter.

Guía Twitter para periodistas (en inglés)

Facebook Insights

Complementaria

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Ética y deontología del periodismo
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Mtro. Hugo Concepción Rodríguez Chávez/Mtra. Rosa Eugenia García Gómez
Asesor pedagógico	Mtra. Ana Fabiola Mora López
Fecha de elaboración	28 de octubre de 2011

2. COMPLETENCIA

El estudiante juzga casos de controversia de manejo de información en medios digitales con base en criterios de ética periodística.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Códigos de ética periodística. Casos controversiales de elecciones éticas en el quehacer periodístico internacional. Normativas internacionales relacionadas con la libertad de expresión. Deontología periodística.
Habilidades	Aplicación de juicios éticos en el desarrollo de las producciones periodísticas en medios digitales. Defensa de la libertad de expresión
Actitudes	Reflexiva pues las elecciones éticas no siempre son fáciles de hacer. Apertura para el discernimiento de la elección entre acciones periodísticas buenas y mejores.
Valores ¹	Tolerancia para admitir que no siempre nuestros juicios corresponden a una ética reflexiva que se construye con la

participación de otros.

Responsabilidad social inherente al ejercicio periodístico

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Elaboración de un código ético del plan estratégico de una empresa periodística digital.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Ética y deontología periodística	Libertad de expresión	Independencia periodística	Nuestro código de ética
Objetivo	El estudiante analizará	El estudiante analizará casos de	El estudiante analizará casos exitosos	El estudiante construirá un código de ética

Contenido	casos de controversia ética.	violaciones a la libertad de expresión.	de independencia periodística en medios digitales.	de la empresa periodística digital.
	-Códigos éticos.	Leyes internacionales que fundamentan la libertad de expresión.	Casos de empresas periodísticas que se caracterizan por su libertad en el manejo de información.	Elementos deontológicos del periodismo
	-Casos internacionales de controversia de ética periodística.			
	-Códigos deontológicos			
Producto de la unidad	Ensayo relativo a una alternativa de manejo de información en un medio digital, con base en fundamentos éticos.	Ensayo acerca de un caso de violación de la libertad de expresión y aplicación de un juicio ético.	Cuadro comparativo de 10 empresas periodísticas digitales que manejan información con diferentes grados de ética	Elaboración de un código de ética propio

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Básica
- AZNAR, Hugo, (2005), *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios*, Paidós, Barcelona.
- Kapuscinski, Ryszard, *¿Reflejan los media la realidad del mundo? Nuevas censuras, sutiles manipulaciones*. Consultado el 28 de octubre

de 2011 en

<http://www.upf.edu/materials/fhuma/etfipo/eticaa/docs/35.pdf>

RESTREPO, Javier Darío, (2008), 40 lecciones de ética, Debate, Caracas.

RESTREPO, Javier Darío, (2004), El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística, FCE, México.

[[file:///C:/Users/Norma/Downloads/bibliografias/ética, moral y periodismo.pdf],.\Downloads\bibliografias\ética, moral y periodismo.pdf]]
[[https://docs.google.com/Doc?docid=0Acn7OwMdrhzSZGQ2YjVzaGpfMTkwZDZja3Q1cmY&hl=en [Código de ética del reportero de OhMyNews]]
10 cuestiones a considerar antes de publicar una nota_

Complementaria

Código de La Crónica

Código de El Universal_

Código de El Porvenir

Código del Foro de Periodismo Argentino

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 4 (Mejoramiento de la organización)
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Elva Araceli Fabián González
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/Noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante realiza propuestas para mejorar los procesos y espacios de producción informativa, con base en el conocimiento previo de las características de su audiencia y de su empresa así como de los marcos legales dentro de los cuales se encuentra adscrito. Identifica estrategias de vinculación interinstitucional y da cuenta de las dinámicas de comercialización que permiten perfeccionar los procesos laborales de la empresa mediática para la cual trabaja, así como proporcionarle herramientas para la generación de un espacio informativo propio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Este es un curso de aplicación de las lecciones aprendidas en cursos anteriores durante la nivelación de licenciatura, por lo que no hay conocimientos específicos identificados.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Identificar las necesidades de la empresa mediática para crear una propuesta de mejoría en la calidad del producto que genera (información).• Emplear (poner en práctica) los conocimientos teóricos y prácticos vistos a lo largo de los semestres para lograr la consolidación de la mejoría dentro de la empresa informativa, así como la creación de un proyecto informativo propio.• Ejecuta la propuesta de mejora del proyecto.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Propositivas en la búsqueda y consolidación de nuevos espacios informativos.

Valores¹

- Compromiso con la calidad de la información
- Capacidad negociadora entre lo que representa el producto informativo, las exigencias institucionales y las necesidades comerciales.
- Integridad ética
- Compromiso social

- Ética
- Responsabilidad
- Compromiso
- Sensibilidad ante la detección de necesidades de la organización
- Valoración y características de los diversos espacios informativos.
- Valorar de manera crítica y constructiva a través de la autoevaluación las diversas etapas de los proyectos a fin de generar cambios o modificaciones adecuadas a los diversas organizaciones informativas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.

Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y área de producción de comunicación de información en organización de medios de los ámbitos públicos y privados.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Trabajar una propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de producción informativa y estrategias de vinculación y comercialización que tome en cuenta los conocimientos previos tales como: los procesos administrativos, editoriales y las respectivas audiencias del medio informativo elegido que permitan no solo coadyuvar a incrementar la calidad de la empresa en que se labora, sino también que impulse a crear una propio.

8. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Fortalezas y debilidades	Entramado teórico – práctico de conocimientos	Plan de Mejoras	
Objetivo	Identificar, analizar y comparar las debilidades y las fortalezas del medio informativo que le permitan desprenderse de la generalidad y dar cuenta de la particularidad.	Dar cuenta de algunas propuestas teóricas que sustenten el proyecto que se desarrolla a lo largo de los cursos y se presentará. Para lo cual será necesario tomar en cuenta los procesos (administrativos, editoriales, empresariales) involucrados en los medios.	Reflexionar sobre la existencia de las particularidades del espacio informativo como un factor determinante en la construcción de la noticia. Repensar las estrategias de de producción de información y la relación con los medios vinculantes (instituciones que marcan agendas:	

Contenido

El estudiante adquiere herramientas para lograr un análisis de las necesidades y características propias de la empresa mediática tomando en cuenta todas las aristas que los componen.

(procesos y espacios de producción informativa, así como las estrategias de vinculación y comercialización)

El estudiante es capaz de comparar dichas características y objetivar de manera concreta el espacio particular dentro del cual se

El estudiante ubica y reflexiona sobre la construcción y utilidad de los marcos conceptuales que le permiten visualizar las características contextuales de los diversos espacios informativos para actuar (implementar el proyecto) en consecuencia.

El estudiante relaciona las propuestas teóricas con las prácticas, es decir, evidencia los contrastes la realidad con la utopía y justifica la necesidad de una mejoría en su

políticas, económicas, culturales) ante la vorágine informativa actual, que permitan producir información de calidad a públicos activos y estratificados.

El estudiante plantea su proyecto de mejora con los trabajos realizados previamente en el cual integra no solo lo leído, analizado y reflexionado, sino además su propia crítica y construcción de un mejor medio informativo adecuada a las condiciones particulares de la empresa.

Contenido

El estudiante adquiere herramientas para lograr un análisis de las necesidades y características propias de la empresa mediática tomando en cuenta todas las aristas que los componen.

(procesos y espacios de producción informativa, así como las estrategias de vinculación y comercialización)

El estudiante es capaz de comparar dichas características y objetivar de manera concreta el espacio particular dentro del cual se

El estudiante ubica y reflexiona sobre la construcción y utilidad de los marcos conceptuales que le permiten visualizar las características contextuales de los diversos espacios informativos para actuar (implementar el proyecto) en consecuencia.

El estudiante relaciona las propuestas teóricas con las prácticas, es decir, evidencia los contrastes la realidad con la utopía y justifica la necesidad de una mejoría en su

políticas, económicas, culturales) ante la vorágine informativa actual, que permitan producir información de calidad a públicos activos y estratificados.

El estudiante plantea su proyecto de mejora con los trabajos realizados previamente en el cual integra no solo lo leído, analizado y reflexionado, sino además su propia crítica y construcción de un mejor medio informativo adecuada a las condiciones particulares de la empresa.

Descripción : Trabajar una propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de producción informativa y estrategias de vinculación y comercialización que tome en cuenta los conocimientos previos tales como: los procesos administrativos, editoriales y las respectivas audiencias del medio informativo elegido que permitan no solo coadyuvar a incrementar la calidad de la empresa en que se labora, sino también que impulse a crear una propio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Fortalezas y debilidades	Entramado teórico – práctico de conocimientos	Plan de Mejoras	
Objetivo	Identificar, analizar y comparar las debilidades y las fortalezas del medio informativo que le permitan desprenderse de la generalidad y dar cuenta de la particularidad.	Dar cuenta de algunas propuestas teóricas que sustenten el proyecto que se desarrolla a lo largo de los cursos y se presentará. Para lo cual será necesario tomar en cuenta los procesos (administrativos, editoriales, empresariales) involucrados en los medios.	Reflexionar sobre la existencia de las particularidades del espacio informativo como un factor determinante en la construcción de la noticia. Repensar las estrategias de producción de información y la relación con los medios vinculantes (instituciones que marcan agendas:	

Valores¹

- Compromiso con la calidad de la información
 - Capacidad negociadora entre lo que representa el producto informativo, las exigencias institucionales y las necesidades comerciales.
 - Integridad ética
 - Compromiso social
-
- Ética
 - Responsabilidad
 - Compromiso
 - Sensibilidad ante la detección de necesidades de la organización
 - Valoración y características de los diversos espacios informativos.
 - Valorar de manera crítica y constructiva a través de la autoevaluación las diversas etapas de los proyectos a fin de generar cambios o modificaciones adecuadas a los diversas organizaciones informativas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.

Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y área de producción de comunicación de información en organización de medios de los ámbitos públicos y privados.

5. PRODUCTO INTEGRADOR:

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 4 (Mejoramiento de la organización)
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Elva Araceli Fabián González
Aseesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/Noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante realiza propuestas para mejorar los procesos y espacios de producción informativa, con base en el conocimiento previo de las características de su audiencia y de su empresa así como de los marcos legales dentro de los cuales se encuentra adscrito. Identifica estrategias de vinculación interinstitucional y da cuenta de las dinámicas de comercialización que permiten perfeccionar los procesos laborales de la empresa mediática para la cual trabaja, así como proporcionarle herramientas para la generación de un espacio informativo propio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Este es un curso de aplicación de las lecciones aprendidas en cursos anteriores durante la nivelación de licenciatura, por lo que no hay conocimientos específicos identificados.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Identificar las necesidades de la empresa mediática para crear una propuesta de mejoría en la calidad del producto que genera (información).• Emplear (poner en práctica) los conocimientos teóricos y prácticos vistos a lo largo de los semestres para lograr la consolidación de la mejoría dentro de la empresa informativa, así como la creación de un proyecto informativo propio.• Ejecuta la propuesta de mejora del proyecto.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Propositivas en la búsqueda y consolidación de nuevos espacios informativos.

de 2011 en

<http://www.upf.edu/materials/fhuma/etipo/eticaa/docs/35.pdf>

RESTREPO, Javier Darío, (2006), 40 lecciones de ética, Debate, Caracas.

RESTREPO, Javier Darío, (2004), El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística, FCE, México.

[[file:///C:/Users/Norma/Downloads/bibliografias/ética, moral y periodismo.pdf]..\Downloads\bibliografias\ética, moral y periodismo.pdf]]
[[https://docs.google.com/Doc?docId=0Acn7OwMdrhzSZGQ2YjVzaGpfMTkwZDZja3Q1cmY&hl=en |Código de ética del reportero de OhMyNews]]
10 cuestiones a considerar antes de publicar una nota_

Complementaria

Código de La Crónica

Código de El Universal_

Código de El Porvenir

Código del Foro de Periodismo Argentino

Contenido	casos de controversia ética.	violaciones a la libertad de expresión.	de independencia periodística en medios digitales.	de la empresa periodística digital.
	-Códigos éticos.	Leyes internacionales que fundamentan la libertad de expresión.	Casos de empresas periodísticas que se caracterizan por su libertad en el manejo de información.	Elementos deontológicos del periodismo
	-Casos internacionales de controversia de ética periodística.			
	-Códigos deontológicos			
Producto de la unidad	Ensayo relativo a una alternativa de manejo de información en un medio digital, con base en fundamentos éticos.	Ensayo acerca de un caso de violación de la libertad de expresión y aplicación de un juicio ético.	Cuadro comparativo de 10 empresas periodísticas digitales que manejan información con diferentes grados de ética	Elaboración de un código de ética propio

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Básica** AZNAR, Hugo. (2005), *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios*, Paidós, Barcelona.
- Kapuscinski, Ryszard, *¿Reflejan los media la realidad del mundo? Nuevas censuras, sutiles manipulaciones*. Consultado el 28 da octubre

participación de otros.

Responsabilidad social inherente al ejercicio periodístico

Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Elaboración de un código ético del plan estratégico de una empresa periodística digital.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Ética y deontología periodística	Libertad de expresión	de Independencia periodística	Nuestro código de ética
Objetivo	El estudiante analizará	El estudiante analizará casos de	El estudiante analizará casos exitosos	El estudiante construirá un código de ética

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Ética y deontología del periodismo
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Mtro. Hugo Concepción Rodríguez Chávez/Mtra. Rosa Eugenia García Gómez
Asesor pedagógico	Mtra. Ana Fabiola Mora López
Fecha de elaboración	28 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante juzga casos de controversia de manejo de información en medios digitales con base en criterios de ética periodística.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Códigos de ética periodística. Casos controversiales de elecciones éticas en el quehacer periodístico internacional. Normativas internacionales relacionadas con la libertad de expresión. Deontología periodística.
Habilidades	Aplicación de juicios éticos en el desarrollo de las producciones periodísticas en medios digitales. Defensa de la libertad de expresión
Actitudes	Reflexiva pues las elecciones éticas no siempre son fáciles de hacer. Apertura para el discernimiento de la elección entre acciones periodísticas buenas y mejores.
Valores ¹	Tolerancia para admitir que no siempre nuestros juicios corresponden a una ética reflexiva que se construye con la

3 7 claves para mejorar tu relación con la audiencia

Cómo solucionar una crisis en Twitter

Guía para usar Facebook como periodista

30 consejos y 20 razones para que las empresas participen las redes sociales

4 10 consejos para un community manager

Facebook para periodistas

Los periodistas no usan Facebook de manera profesional

La función del Community Manager -Ebook

Ser periodista, Community Manager, entrenador de equipo y mucho más

Para Facebook, los periodistas debemos ser la mejor fuente de noticias

5 Recursos para aprovechar Twitter.

Guía Twitter para periodistas (en inglés)

Facebook Insights

Complementaria

Registro en Twitpic Un ejemplo del poder de Twitter

Cifras sobre el uso de redes sociales por parte de los periodistas

Lee Anderson y las redes sociales

8 consejos para que Facebook sirva a tu medio

Twitter se consolida en la televisión

Cómo generar buen contenido para Internet de la mano con las audiencias

2 Consejos para los jóvenes periodistas en la era digital. Nate Silver durante la ceremonia de graduados de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia. Documento completo.

10 señales para determinar que tienes una marca digital.

Reputación online

Storify: Periodistas, redes sociales y manual.

10 buenas prácticas para el manejo de redes sociales recomendadas por la Sociedad de Editores

Cuenta personal y cuenta profesional. ¿Son necesarias dos?

The Washington Post también mete la pata en Twitter

en las redes sociales

- Casos de éxito en el uso de redes sociales para la innovación, distribución y comunicación

Producto de la unidad

Documento donde se explique la importancia de las redes sociales para su labor periodística

Decálogo de buenas prácticas para debatirlo con su medio.

Documento con la estrategia de gestión y manejo de audiencias que incluya cómo manejar contenidos producidos por los usuarios de redes sociales.

Documento con la estrategia para motivar a miembros de la redacción a convertirse en Community manager. Incluir cómo se maximizará presencia de la organización en la web.

Reporte de medición y monitoreo de redes sociales.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

1 Universo geo social

	los periodistas	éticos	audiencia		
Objetivo	Analizar el impacto de las redes sociales en el periodismo y el actual escenario 2.0.	Reconocer la importancia de tener una marca digital y comenzar a crear una identidad en línea.	Desarrollar estrategias para manejar las redes y comunidades sociales bajo dos claves: conversar y escuchar.	Aplicar en la organización pautas y estrategias para que los periodistas actúen como CM.	Usar herramientas para monitorear y medir el impacto que tienen las redes sociales en la difusión de información periodística
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> -El Concepto de red social y web 2.0 -Tipos de redes sociales. -Facebook y Twitter -Las redes sociales como fuente de información - -Características del nuevo consumidor en las redes sociales -Trabajar de la mano con la audiencia 	<ul style="list-style-type: none"> -Qué es marca digital -10 señales de que tienes una marca digital como periodista -Reputación online. -¿Cómo ser un usuario confiable? -Manuales de ética para periodistas en las redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> -Cómo dialogar con la audiencia -Por qué debo escuchar -Cómo aprovechar las fuentes para crear contenido en línea -Los ciudadanos, aliados de los periodistas. -La audiencia generadora de contenidos 	<ul style="list-style-type: none"> -¿Qué es y cuáles son las funciones de un Community Manager? -Las redacciones necesitan un Community Manager. ¿Dónde encontrarlo? -El Community Manager en la redacción 	<ul style="list-style-type: none"> -Monitoreo de Twitter y Facebook -Medición de Twitter y Facebook

Actitudes	Apertura ante nuevos retos
	Apertura para trabajar en equipo
	Interés por manejar diversas redes sociales o comunidades
Valores ¹	Ética periodística
	Tolerancia a la frustración
	Tolerancia a las críticas
	Buen uso e interpretación de la información

¹ Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Los participantes serán capaces de analizar buenas prácticas en redes sociales y trabajarán en las pautas necesarias para instalar Twitter y Facebook en la redacción del medio para el cual laboran.

5. PRODUCTO NEGOCIADO

Descripción: Guía de buenas prácticas para el uso y gestión de redes sociales¹ que incluya pautas y estrategias para llevar a cabo la gestión, manejo y medición de redes sociales.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4	Unidad 5
Título	Las redes sociales: el nuevo escenario de los medios y de	La marca digital del periodista. Reputación online y dilemas	Las redes sociales como plataforma de diálogo con la	Todos somos Community Manager en la redacción	Monitoreo y medición del impacto de las redes sociales

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Gestión y administración de audiencias y usuarios
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Esther Vargas
Aesor pedagógico	Carmen Coronado
Fecha de elaboración	20 de julio de 2011

2. COMPETENCIA

Manejo y gestión de usuarios y comunidades en redes sociales con fines periodísticos.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Impacto de las redes sociales en el periodismo y el actual escenario 2.0.- Qué es una marca digital y cómo crear identidad en línea.- Monitoreo de redes sociales.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">- Practicar y reflexionar sobre los cambios en las redes sociales.- Practicar y reflexionar sobre los contenidos que generan los usuarios en las redes sociales.-Estrategias para manejar los medios sociales bajo dos claves: conversar y escuchar.- Aprender a integrar redes sociales para maximizar presencia en la web.- Transmitir pautas a los miembros de la redacción con la finalidad de que cada uno de los periodistas que integran la organización actúen como CM.- Ejercitarse herramientas para mejorar el monitoreo de redes sociales.

sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

- Juan Ignacio Rodríguez Navarro. (9 abril 2008). "Tipos de formatos o archivos de audio". En Desarrolomultimedia.es <http://www.desarrollomultimedia.es/articulos/tipos-de-formatos-o-archivos-de-audio-y-codecs.html>
- Thinkfree. Editor de textos libre en línea. <http://member.thinkfree.com/member/goLandingPage.action>
- Audacity, editor de audio libre y multiplataforma <http://audacity.sourceforge.net/?lang=es>
- Tutorial Audacity <http://audacity.sourceforge.net/manual-1.2/>
- Windows Live Movie Maker, editor de video <http://windows.microsoft.com/es-ES/windows7/products/features/movie-maker>
- Edición de videos con Windows Media Maker <http://explore.live.com/windows-live-movie-maker-video-editing-using>
- Jaycut, editor de videos en línea <http://jaycut.com/>
- Youtube, subir y compartir videos en internet <http://www.youtube.com/>
- Soundcloud, subir y compartir audios en internet <http://soundcloud.com/>

Básica

- Orellana Valdés, Ramón (08/2009). *Mapas conceptuales y aprendizaje significativo*. El Cid Editor, Apuntes. Argentina. 9 p. (E-libro).
- León Ramírez, Manuela (08/2009). *Multimedia*. El Cid Editor, Apuntes. Argentina. 29 p. (E-libro).
- Chaljub Duarte, José A. *Videos a la medida de las necesidades de las clases*. Pedagogía Universitaria. Vol. 14, No. 3, 2009. Editorial Universitaria, Cuba, 2009. (E-libro 10 p.).
- McAdams, Mindy. (Septiembre 2009). *Guía de habilidades multimedia para periodistas*. Tr. María Elena Brizuela. 1-33p. <http://www.jou.ufl.edu/faculty/mmcadams/PDFs/RGMPespanol.pdf>
- Warner, Janine. *Perfil de la presentación multimedia*. <http://jcwerner.com/colombia/multimedia-instrucciones.html>
- Juan Carlos Camus (octubre 2009) *Tienes 5 segundos*, Página 92-95, Tipografía, la letra correcta.
- Instrucciones para ejecutar un proyecto multimedia
Jane Steven

Complementaria

- Herramientas Digitales para Periodistas
Sandra Crucianell
- Taller de Multimedia
<http://tallermultimedia.blogspot.com/>
- Guion Multimedia
<http://www.guionweb.net/>
- Preproducción Multimedia
<http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Producción Multimedia / Comunicación visual
<http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns->

	<ul style="list-style-type: none"> - Tipología de proyectos multimedia. - Formatos de imágenes. - Tipos de fuentes adecuadas para la producción de una multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar audio en diferentes formatos. - Subir y compartir audios en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar video en diferentes formatos. - Subir y compartir videos en Internet. 	para la producción multimedia.
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico de doble entrada sobre los diferentes tipos de contenido multimedia, con sus características y procesos para llevarla a cabo.	Un audio producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar, abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	Un video producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar, abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	Una multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción : Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La multimedia y sus elementos.	Producción de audio.	Producción de video.	Producción de una multimedia.
Objetivo	El estudiante identificará la multimedia, sus elementos, tipos y procesos, así como dar un opinión sobre los formatos de imágenes y tipografías adecuados para producir periodismo multimedia.	El estudiante producirá un audio con un fin periodístico.	El estudiante producirá un video con un fin periodístico.	El estudiante producirá un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.
Contenido	<ul style="list-style-type: none">- ¿Qué es multimedia?- Elementos de una multimedia.	<ul style="list-style-type: none">- Formatos básicos de audio.- Grabación y edición básica de audio:	<ul style="list-style-type: none">- Formatos básicos de video.- Grabación y edición básica de video:	<ul style="list-style-type: none">- Técnicas básicas para la producción multimedia.- Herramientas y recursos

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Producción Multimedia
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Fidel Antonio Romero Álvarez
Asesor pedagógico	Ruth Medina
Fecha de elaboración	26 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante aplica la metodología, producción y edición de proyectos multimedia de calidad para medios digitales con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Teoría sobre conceptos básicos de multimedia.- Tipología de proyectos multimedia.- Contenidos digitales: imágenes, textos, audios y videos.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">- Las herramientas y recursos para la producción multimedia.- Producción de elementos multimedia: texto, imágenes, audio y video.- Manejo técnico para grabar, crear, abrir, editar, importar, guardar y compartir elementos multimedia.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">- Producción de proyectos multimedia para el periodismo digital.- Permeables al medio tecnológico.- Observador, perseverante, y en continua investigación sobre producción multimedia.- Asumir roles e interés por producir multimedia.- Trabajo colaborativo en equipo.
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">- Creativo en la producción de elementos multimedia.- Ética periodística.- Solidaridad en el trabajo en equipo.- Aprendizaje cooperativo a través del uso de herramientas digitales.- Respeto a los puntos de vista diferentes.- Tolerancia a las críticas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O

-Poynter Institute (2011). *Conjunto de Guías Éticas para Hacer Periodismo en la Web*. EU, Instituto Poynter. Libro digital disponible en la página web:
<http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/conjunto-de-guias-eticas-para-hacer-periodismo-en-la-web-es>

-Velásquez O. César Mauricio et. Al., (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Colombia: Universidad de la Sabana, Ecoe ediciones.

Complementaria

-Breiner, James (2011). "Los nuevos lenguajes". En *Revista Mexicana de Comunicación*. Edición 123, abril-junio. México: Fundación Manuel Buendía A.C. (pp.11-16). Versión disponible en línea: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/05/30/los-nuevos-lenguajes-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2vSF5Tr>

-Briggs, Mark (2009) *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*. Estados Unidos: Fundación Knight para el Periodismo en las Américas. Libro digital disponible en la página: knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf

Martínez Gutiérrez, Fátima. (2008). Eyetracking y usabilidad: claves de investigación en los procesos de lectura en línea. *SEECI*. Nº 16. Julio. Año XI. Páginas: 98- 118

<http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2016/FatimaMar.pdf>

-Grijelmo, Alex (2008). *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.

-Hohmann, James (2011). *Las 10 mejores prácticas para redes sociales, directrices útiles*. EU, Comité de Ética y Valores de la American Society of News Editors (ASNE). Libro digital disponible en la página web: <http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/las-10-mejores-practicas-para-medios-sociales-es>

-López Hidalgo, Antonio (2009). *El Titular. Manual de titulación periodística*. México: Alfaomega.

Orozco Murillo, Rosalia (2011). "El periodismo digital implica esfuerzo y creatividad". Video-entrevista a Sergio René de Dios Corona. Centro de Formación en Periodismo Digital, Universidad de Guadalajara. Disponible en línea: http://www.youtube.com/watch?v=W75XAp1Ms_U&feature=player_embedded

http://www.nytimes.com/2006/04/09/weekinreview/09lohr.html?page_wanted=all

- Martín Herrera Inma (2005). "Ciber redacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio". En *Revista Latinoamericana de Comunicación, CHASQUI*. Diciembre, N. 092. Ecuador: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. (pp.24-29). Versión en PDF, disponible en línea: <http://chasqui.comunica.org/content/view/421/127/>

Manual de Estilo para Nuevos Medios. Sitio web de la Fundación BBUV con información amplia sobre el tema:
<http://www.manualdeestilo.com/>

- Orihuela, Jose Luis (2003). "El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad". En *Revista Latinoamericana de Comunicación, CHASQUI*. N. 83, Septiembre. Disponible en línea:
<http://chasqui.comunica.org/content/view/151/62/>

- Orozco Murillo, Roaalia y Farina, Héctor (2010) "La pirámide invertida en la Web" PPT. México: Centro de Formación en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Versión en PPT.

- Ortega Santamaría Sergio (2007). "Evolución del perfil del usuario: Usuarios 2.0". En *No Sólo Usabilidad No 6* (Revista electrónica española). Artículo digital disponible en:
<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usuario20.htm>

Ramaris Albert Trinidad. "Periodismo Web 2.0: La interacción entre los webactores y el blog periodístico. El caso de The Huffington Post". II Congreso Internacional Comunicación 3.0

Universidad Complutense de Madrid Madrid, España.
<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/075.pdf>

proporcionará una plantilla a los alumnos.

para la web

para la materia y que será editado por el instructor).

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

-Camus, Juan Carlos (2010). *Tiene 5 segundos. Gestión de contenidos digitales*. Libro disponible en la página:
<http://tienes5segundos.cl/libro/>

-Franco, Guillermo (2008). *Cómo escribir par la web*. EU, Fundación Knight para el Periodismo en las Américas. Libro digital disponible en la página:
http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php

-Franco, Guillermo (s/f) "Usted tiene mi atención, por favor no me lo repita!". Artículo en PDF. Versión en línea disponible en:
http://issuu.com/gegarba/docs/usted_tiene_mi_atenci_n

-García Hilda (2011) "El lenguaje del periodismo en Internet". En *Revista Mexicana de Comunicación*. Edición 123, abril-junio. México: Fundación Manuel Buendía A.C. (pp.17-20 y 49). Versión disponible en línea:
<http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/05/30/El-lenguaje-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2vSFSTr>

-Katwala, Jaldeep (2011). "10 consejos para detectar una noticia". EU, Centro Internacional para Periodistas y Media Helping Media. Disponible en línea: <http://ijn.net.org/es/stories/90743>

Lohr, Steve (2006). "Este aburrido titular fue escrito para Google". EU, New York Times. Versión traducida al español en Word. Versión original en inglés disponible en la página:

Objetivo	Identifica cómo leen, consumen y usan la información los usuarios de Internet	Internet Conoce cuál es el estilo de redacción para Internet	Internet Aplica los niveles del modelo de pirámide invertida en noticias que se difunden vía Internet	Producir una noticia publicable para la web.
Contenido	<p>1. Comportamiento del usuario de Internet: lo que dicen las investigaciones</p> <p>2. El concepto de usabilidad aplicado a los contenidos que se difunden vía Internet</p>	<p>1. El lenguaje del periodismo en Internet</p> <p>2. La ciber redacción periodística</p> <p>3. Redactar con sentido humano, no para buscadores</p>	<p>1. El modelo de la pirámide invertida y sus niveles de utilización para Internet.</p> <p>2. Cómo romper la uniformidad de los textos periodísticos (titulación, uso de intertítulos, negritas, enumeraciones, colores e imágenes para atraer al usuario</p>	1. Plan para generar un producto informativo para la web
Producto de la unidad	Análisis crítico de los estándares de usabilidad de dos portales de noticias. (Incluir propuestas para mejorar la usabilidad de los sitios analizados). Se	"Guía de estilo y redacción para Internet".	Dos noticias reestructuradas para Internet, en la que se aplique uno de los niveles de pirámide invertida; y se evidencien los criterios de usabilidad recomendados	Noticia con la estructura, estilo y elementos adecuados para los usuarios de Internet. (La noticia o producto que sea publicable se difundirá en un blog creado expresamente

Valores¹

- Interés por aprender a redactar para medios en línea
- Autocrítica, para mejorar lo realizado
- Creativa, para generar nuevos contenidos
- Tolerancia a las críticas
- Precisión y concisión
- Veracidad
- Ética periodística
- Solidaridad para trabajar en equipo
- Respeto a los puntos de vista diferentes

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON CUAL SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Producción y difusión de contenidos

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción

Producción de una noticia donde se aplique la estructura y elementos adecuados para los usuarios de Internet.

(La noticia o producto que sea publicable se difundirá en un blog creado expresamente para la materia y que será editado por el instructor).

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Perfil y necesidades del usuario de Internet	El lenguaje y el estilo de la redacción periodística en	La pirámide invertida en la redacción de noticias para	Producción de textos periodísticos para Internet

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Escritura para nuevos medios y audiencias
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo y Sergio René de Dios Corona
Asesor pedagógico	Mtra. Patricia Gpe. Camacho Cortez
Fecha de elaboración	30/10/11

2. COMPETENCIA

El estudiante redacta discursos y contenidos periodísticos precisos y veraces para ser difundidos en plataformas digitales y en línea.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Perfil y necesidades de los usuarios de Internet-Concepto de "usabilidad" aplicado a los sitios de Internet-El lenguaje y el estilo de la redacción periodística en Internet-Modelos de pirámide invertida aplicados a noticias para Internet-Titulación y edición de textos periodísticos para Internet
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Redactar discursos informativos para Internet-Utilizar la pirámide invertida en sus diferentes niveles-Editar y estructurar discursos informativos que se difundirán en línea-Romper la uniformidad de textos periódicos para Internet-Producción y documentación de información-Desarrollar una visión crítica y analítica sobre los textos publicados en línea
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Interés para aprender nuevos conceptos-Apertura para trabajar bajo presión

Complementaria

investigación (consultado el 26/11/2011)

<http://tdx.cat/bitstream/handle/10803/4155/TMBN2de6.pdf?sequence=2>
(consultado 25/11/2011)

<http://www.geiuma-oax.net/sam/formatobasicopararedactareportes.pdf>
(consultado 26/11/2011) power sobre estilos de reportes científicos)

http://servidor-opsu.tach.ula.ve/7jornadas_i_h/paginas/doc/JIHE-2011-PN37.pdf
(Consultado 26/11/2011) power ejemplo de un informe sobre investigación de audiencias)

<http://www.slideshare.net/Bernachi/los-metodos-mixtos> (Consultado 26/11/2011)

Producto de la unidad	Reporte detallado de cada uno de los sistemas de medición de las audiencias estudiadas.	Diseño del instrumento a trabajar en el diagnóstico a aplicar	Análisis del diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios.
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Impacto en los cinco sentidos

Norberto Alvarez Debans

Valletta ediciones

Argentina 2000

http://www.nielsen-online.com/downloads/es/SiteCensus_Generic_ES.pdf

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque8/pag3.htm>

<http://www.fao.org/docrep/u1310s/u1310s07.htm#M%C3%A9todos%20de%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos>

<http://fundamentosinvestigaciontec.blogspot.com/2009/05/reporte-de-investigacion.html> (consultado el 26/11/2011)

<http://www.slideshare.net/ericupr/presentacin-de-elaboracin-reporte-de->

Contenido

utilizar en la evaluación al medio de comunicación elegido.

Sistemas de Medición de audiencias más importantes:

1.-

Análisis de Logs.

2.-Análisis mediante tags

3.- Análisis Mediante paneles.

4.- Análisis Mediante encuestas.

5.- Análisis Mediante usos de navegación.

Empresas líderes en la medición de las audiencias:

Infoadex

AIMC

OJD

TNS Audiencia de Medios

- 1) Mediciones directas.
- 2) Observación activa y pasiva.
- 3) Estudios de caso.
- 4) Encuestas por muestreo.

Elementos básicos de un reporte.

Análisis de resultados de una investigación

Valores ¹	<ul style="list-style-type: none"> · Honestidad en el uso y manejo de la información. · Ética en el desempeño profesional.
----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PEIR II DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.

Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	El estudiante realiza un diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias en sistemas primarios de comunicación y/o medios digitales.
-------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Sistemas de medición de audiencias	Sistemas de recolección de datos	Diagnostico de los mecanismos de interacción de servicios a las audiencias
Objetivo	El estudiante conocerá las características y ventajas de cada uno de los sistemas de medición de audiencias para poder elegir el más apropiado para	El estudiante identificará cual es el sistema de recolección de datos más funcional para su proyecto de medición de audiencias.	El estudiante realizará un análisis minucioso del diagnostico de los mecanismos de interacción de servicios a las audiencias.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Evaluación de los servicios informativos a las audiencias
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosa Elena Richart Varela
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/Noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante diseña un diagnóstico integral que le permita medir la satisfacción de las audiencias en los sistemas primarios (Gráfica, Radio y Televisión) y/o medios digitales, atendiendo principalmente a los mecanismos de interacción y satisfacción de las mismas en los servicios informativos.

3. ATRIBUOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Rating, importancias y aplicación de la información en tiempo real. Provisión de sistemas de consulta a las audiencias. Sistemas de medición de audiencias.
Habilidades	Identifica las necesidades de información de los usuarios. Procesa y selecciona información relevante para la toma de decisiones en la satisfacción de los usuarios. Diseñar estrategias corporativas que permitan consolidar la satisfacción de los usuarios. Diseñar instrumentos de evaluación.
Actitudes	Objetividad para el análisis de la información obtenida. Creatividad para diseñar instrumentos de medición.

- Año 1992
Título *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*
Autor SANTAMARÍA S., Luisa y María Jesús CASALS C.
Editorial Fragua
- Año 2000
Título *Basics of Qualitative Research*
Autor STRAUSS, A. y J. CORBIN
Editorial Sage
- Año 1990
Título *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communications*
Autor THOMPSON, John B.
Editorial Stanford University Press
- Año 1990
Título *Los media y la modernidad*
Autor THOMPSON, John B.
Editorial Paidós
- Año 1998 [1997]
Título *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*
Autor VALLES, Miguel S.
Editorial Síntesis
- Año 1997

- Autor **MATTELART, Armand**
- Editorial **Siglo XXI**
- Año **1995 [1994]**
- Título *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*
- Autor **McQUAIL, Denis**
- Editorial **Paidós**
- Año **2000 [1983]**
- Título *Horizontes fragmentados; comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*
- Autor **REGUILLO C., Rossana**
- Editorial **ITESO**
- Año **2005**
- Título "El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada"; en: rev. *Análisi*, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona; n.29 (Antropología de la comunicación), pp.63-79.
- Autor **REGUILLO C., Rossana**
- Editorial **ITESO**
- Año **2002**
- Título *Metodología de la investigación cualitativa*
- Autor **RODRÍGUEZ Gómez, Gregorio; Javier GIL Flores y Eduardo GARCÍA Jiménez**
- Editorial **Aljibe**
- Año **1999 [1996]**
- Título *Manual de estructura de la información*
- Autor **SÁNCHEZ-BRAVO Cenjar, Antonio**
- Editorial **Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.**

- Autor ABRIL C., Gonzalo
- Editorial Cátedra
- Año 1997
- Título *Modernidad, pluralismo y crisis del sentido*
- Autor BERGER, Peter y Thomas LUCKMANN
- Editorial Paidós
- Año 1997
- Título *Redacción para periodistas: informar e interpretar*
- Autor CANTAVELLA, Juan y José Francisco SERRANO (coords.)
- Editorial Ariel
- Año 2004
- Título *Estilo y géneros periodísticos*
- Autor CASASÚS, Josep Ma. y Luis NÚÑEZ L.
- Editorial Ariel
- Año 1991
- Título *La interpretación de las culturas*
- Autor GEERTZ, Clifford
- Editorial Gedisa
- Año 1990 [1973]
- Título *De los medios a las mediaciones*
- Autor MARTÍN-Barbero, Jesús
- Editorial Convenio Andrés Bello
- Año 2003 [1987]
- Título *La invención de la comunicación*

Año 2001
Título "Análisis del discurso"
Autor HAIDAR, Julieta, en: GALINDO, Luis Jesús (coord.): *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*; pp. 117-164
Editorial Addison-Wesley

Año 1998
Título "Construcción de la realidad e imaginarios sociales en los mass medias: la hipervisibilidad moderna"
Autor IMBERT, Gerard; en: GARCÍA Ferrando, M. et al.: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*; pp.605 - 624

Editorial Alianza

Año 2000 [1986]

Título *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*

Autor JENSEN, Klaus B. (ed.)

Editorial Routledge

Año 2002

Título *Texto y contexto*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Cátedra

Año 1980

Título *La noticia como discurso*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Paidós

Año 2001 [1980]

Complementaria

Título *Teoría general de la información*

Contenido	A partir de la comprensión y el análisis se definen y relacionan las prácticas "editoriales" con la "información".	Conocimiento y desarrollo de actitudes etnohemerográficas, de formas de registro y construcción de datos sobre prácticas reales de un medio de comunicación.	Análisis de los registros obtenidos, puesta en contexto y vinculación con los saberes y la práctica real.
Producto de la unidad	Marco teórico.	Diseño de muestra.	Ensayo (avance del reporte).

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Título *Cómo se escribe un periódico*
- Autor BASTENIER, Miguel Ángel
- Editorial F.C.E. - F.N.P.I.
- Año 2009
- Título *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*
- Autor CASALS C., María Jesús
- Editorial Fragua
- Año 2005
- Título *Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*
- Autor DÍAZ Noci, Javier
- Editorial Universidad del País Vasco

	independiente) y su reflejo en los contenidos periodísticos.
Habilidades	De lectura, análisis, interpretación, argumentación oral y escrita; de diseño para la investigación; de metodología y exposición.
Actitudes	Reflexión, comprensión, capacidad de síntesis.
Valores ¹	Respeto a las diferencias de opinión y honestidad intelectual.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Elaborar un reporte o diagnóstico de las funciones editoriales de un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Corporeidad mediática y editorial: conceptos y teoría.	Apropiación de los editoriales: métodos y diseño indicativos.	Rearticulación: interpretación, análisis y evaluación de datos.
Objetivo	Articular un marco referencial a partir de identificar el campo de estudio.	Construir una muestra significativa de prácticas editoriales.	Extraer, organizar y explicar la información contenida en la muestra.

Edición de videos con Windows Media Maker
<http://explore.live.com/windows-live-movie-maker-video-editing-using>

Jaycut, editor de videos en línea
<http://jaycut.com/>

Youtube, subir y compartir videos en internet
<http://www.youtube.com/>

Soundcloud, subir y compartir audios en internet
<http://soundcloud.com/>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio
Programa al que pertenece	Nivelación de licenciatura en Periodismo digital
Experto disciplinar	Gilberto Magaña Hernández
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	28 de Noviembre 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante desarrolla análisis indicativos de las prácticas editoriales manifiestas en los mensajes de un medio para ejercer las funciones y expresar las políticas editoriales.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	División del trabajo editorial en los medios, las secciones y los formatos y géneros editorializantes.
	Formas de tratamiento de la información particularmente de la oportunidad, jerarquía, precisión, periodicidad y pluralidad.
	Formas de afiliación (o pertenencia) de las y los periodistas a los equipos de edición (redacciones) y otras asociaciones (trabajo

Contenido

El estudiante adquiere herramientas para lograr un análisis de las necesidades y características propias de la empresa mediática tomando en cuenta todas las aristas que los componen.

(procesos y espacios de producción informativa, así como las estrategias de vinculación y comercialización)

El estudiante es capaz de comparar dichas características y objetivar de manera concreta el espacio particular dentro del cual se

El estudiante ubica y reflexiona sobre la construcción y utilidad de los marcos conceptuales que le permiten visualizar las características contextuales de los diversos espacios informativos para actuar (implementar el proyecto) en consecuencia.

El estudiante relaciona las propuestas teóricas con las prácticas, es decir, evidencia los contrastes la realidad con la utopía y justifica la necesidad de una mejoría en su

políticas, económicas, culturales) ante la vorágine informativa actual, que permitan producir información de calidad a públicos activos y estratificados.

El estudiante plantea su proyecto de mejora con los trabajos realizados previamente en el cual integra no solo lo leído, analizado y reflexionado, sino además su propia crítica y construcción de un mejor medio informativo adecuada a las condiciones particulares de la empresa.

Descripción Trabajar una propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de producción informativa y estrategias de vinculación y comercialización que tome en cuenta los conocimientos previos tales como: los procesos administrativos, editoriales y las respectivas audiencias del medio informativo elegido que permitan no solo coadyuvar a incrementar la calidad de la empresa en que se labora, sino también que impulse a crear una propio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Fortalezas y debilidades	Entramado teórico – práctico de conocimientos	Plan de Mejoras	
Objetivo	Identificar, analizar y comparar las debilidades y las fortalezas del medio informativo que le permitan desprenderse de la generalidad y dar cuenta de la particularidad.	Dar cuenta de algunas propuestas teóricas que sustenten el proyecto que se desarrolla a lo largo de los cursos y se presentará. Para lo cual será necesario tomar en cuenta los procesos (administrativos, editoriales, empresariales) involucrados en los medios.	Reflexionar sobre la existencia de las particularidades del espacio informativo como un factor determinante en la construcción de la noticia. Repensar las estrategias de producción de información y la relación con los medios vinculantes (instituciones que marcan agendas:	

Valores¹

- Compromiso con la calidad de la información
 - Capacidad negociadora entre lo que representa el producto informativo, las exigencias institucionales y las necesidades comerciales.
 - Integridad ética
 - Compromiso social
-
- Ética
 - Responsabilidad
 - Compromiso
 - Sensibilidad ante la detección de necesidades de la organización
 - Valoración y características de los diversos espacios informativos.
 - Valorar de manera crítica y constructiva a través de la autoevaluación las diversas etapas de los proyectos a fin de generar cambios o modificaciones adecuadas a los diversas organizaciones informativas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.

Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y área de producción de comunicación de información en organización de medios de los ámbitos públicos y privados.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 4 (Mejoramiento de la organización)
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Elva Araceli Fabián González
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/Noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante realiza propuestas para mejorar los procesos y espacios de producción informativa, con base en el conocimiento previo de las características de su audiencia y de su empresa así como de los marcos legales dentro de los cuales se encuentra adscrito. Identifica estrategias de vinculación interinstitucional y da cuenta de las dinámicas de comercialización que permiten perfeccionar los procesos laborales de la empresa mediática para la cual trabaja, así como proporcionarle herramientas para la generación de un espacio informativo propio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Este es un curso de aplicación de las lecciones aprendidas en cursos anteriores durante la nivelación de licenciatura, por lo que no hay conocimientos específicos identificados.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Identificar las necesidades de la empresa mediática para crear una propuesta de mejoría en la calidad del producto que genera (información).• Emplear (poner en práctica) los conocimientos teóricos y prácticos vistos a lo largo de los semestres para lograr la consolidación de la mejoría dentro de la empresa informativa, así como la creación de un proyecto informativo propio.• Ejecuta la propuesta de mejora del proyecto.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Propositivas en la búsqueda y consolidación de nuevos espacios informativos.

de 2011 en

<http://www.upf.edu/materials/fhuma/etfipo/eticaa/docs/35.pdf>

RESTREPO, Javier Darío, (2006), 40 lecciones de ética, Debate, Caracas.

RESTREPO, Javier Darío, (2004), El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística, FCE, México.

[[file:///C:/Users/Norma/Downloads/bibliografias/ética, moral y periodismo.pdf],.\Downloads\bibliografias\ética, moral y periodismo.pdf]]
[[https://docs.google.com/Doc?docid=0Acn7OwMdrhzSZGQ2YjVzaGpfMTkwZDZja3Q1cmY&hl=en [Código de ética del reportero de OhMyNews]]
10 cuestiones a considerar antes de publicar una nota_

Complementaria

Código de La Crónica

Código de El Universal_

Código de El Porvenir

Código del Foro de Periodismo Argentino

	casos de controversia ética.	violaciones a la libertad de expresión.	de independencia periodística en medios digitales.	de la empresa periodística digital.
Contenido	-Códigos éticos. -Casos internacionales de controversia de ética periodística.	Leyes internacionales que fundamentan la libertad de expresión.	Casos de empresas periodísticas que se caracterizan por su libertad en el manejo de información.	Elementos deontológicos del periodismo
	-Códigos deontológicos			
Producto de la unidad	Ensayo relativo a una alternativa de manejo de información en un medio digital, con base en fundamentos éticos.	Ensayo acerca de un caso de violación de la libertad de expresión y aplicación de un juicio ético.	Cuadro comparativo de 10 empresas periodísticas digitales que manejan información con diferentes grados de étice	Elaboración de un código de ética propio

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Básica
- AZNAR, Hugo, (2005), *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios*, Paidós, Barcelona.
 - Kapuscinski, Ryszard, *¿Reflejan los media la realidad del mundo? Nuevas censuras, sutiles manipulaciones*. Consultado el 28 de octubre

participación de otros.

Responsabilidad social inherente al ejercicio periodístico

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PLPHI DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Elaboración de un código ético del plan estratégico de una empresa periodística digital.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos):

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Ética y deontología periodística	Libertad de expresión	Independencia periodística	Nuestro código de ética
Objetivo	El estudiante analizará	El estudiante analizará casos de	El estudiante analizará casos exitosos	El estudiante construirá un código de ética

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Ética y deontología del periodismo
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Mtro. Hugo Concepción Rodríguez Chávez/Mtra. Rosa Eugenia García Gómez
Asesor pedagógico	Mtra. Ana Fabiola Mora López
Fecha de elaboración	28 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante juzga casos de controversia de manejo de información en medios digitales con base en criterios de ética periodística.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Códigos de ética periodística. Casos controversiales de elecciones éticas en el quehacer periodístico internacional. Normativas internacionales relacionadas con la libertad de expresión. Deontología periodística.
Habilidades	Aplicación de juicios éticos en el desarrollo de las producciones periodísticas en medios digitales. Defensa de la libertad de expresión
Actitudes	Reflexiva pues las elecciones éticas no siempre son fáciles de hacer. Apertura para el discernimiento de la elección entre acciones periodísticas buenas y mejores.
Valores ¹	Tolerancia para admitir que no siempre nuestros juicios corresponden a una ética reflexiva que se construye con la

3 7 claves para mejorar tu relación con la audiencia

Cómo solucionar una crisis en Twitter

Guía para usar Facebook como periodista

30 consejos y 20 razones para que las empresas participen las redes sociales

4 10 consejos para un community manager

Facebook para periodistas

Los periodistas no usan Facebook de manera profesional

La función del Community Manager -Ebook

Ser periodista, Community Manager, entrenador de equipo y mucho más

Para Facebook, los periodistas debemos ser la mejor fuente de noticias

5 Recursos para aprovechar Twitter.

Guía Twitter para periodistas (en inglés)

Facebook Insights

Complementaria

Registro en Twitpic Un ejemplo del poder de Twitter

Cifras sobre el uso de redes sociales por parte de los periodistas

Lee Anderson y las redes sociales

8 consejos para que Facebook sirva a tu medio

Twitter se consolida en la televisión

Cómo generar buen contenido para Internet de la mano con las audiencias

2 Consejos para los jóvenes periodistas en la era digital. Nate Silver durante la ceremonia de graduados de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia. Documento completo.

10 señales para determinar que tienes una marca digital.

Reputación online

Storify: Periodistas, redes sociales y manual.

10 buenas prácticas para el manejo de redes sociales recomendadas por la Sociedad de Editores

Cuenta personal y cuenta profesional. ¿Son necesarias dos?

The Washington Post también mete la pata en Twitter

en las redes sociales

- Casos de éxito en el uso de redes sociales para la innovación, distribución y comunicación

Producto de la unidad	Documento donde se explique la importancia de las redes sociales para su labor periodística	Decálogo de buenas prácticas para debatirlo con su medio.	Documento con la estrategia de gestión y manejo de audiencias que incluya cómo manejar contenidos producidos por los usuarios de redes sociales.	Documento con la estrategia para motivar a miembros de la redacción a convertirse en Community manager. Incluir cómo se maximizará presencia de la organización en la web.	Reporte de medición y monitoreo de redes sociales.
-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

1 Universo geo social

	los periodistas	éticos	audiencia		
Objetivo	Analizar el impacto de las redes sociales en el periodismo y el actual escenario 2.0.	Reconocer la importancia de tener una marca digital y comenzar a crear una identidad en línea.	Desarrollar estrategias para manejar las redes y comunidades sociales bajo dos claves: conversar y escuchar.	Aplicar en la organización pautas y estrategias para que los periodistas actúen como CM.	Usar herramientas para monitorear y medir el impacto que tienen las redes sociales en la difusión de información periodística
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> -El Concepto de red social y web 2.0 -Tipos de redes sociales. -Facebook y Twitter -Las redes sociales como fuente de información - -Características del nuevo consumidor en las redes sociales -Trabajar de la mano con la audiencia 	<ul style="list-style-type: none"> -Qué es marca digital -10 señales de que tienes una marca digital como periodista -Reputación online. -¿Cómo ser un usuario confiable? -Manuales de ética para periodistas en las redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> -Cómo dialogar con la audiencia -Por qué debo escuchar -Cómo aprovechar las fuentes para crear contenido en línea -Los ciudadanos, aliados de los periodistas. -La audiencia generadora de contenidos 	<ul style="list-style-type: none"> -¿Qué es y cuáles son las funciones de un Community Manager? -Las redacciones necesitan un Community Manager. ¿Dónde encontrarlo? -El Community Manager en la redacción 	<ul style="list-style-type: none"> -Monitoreo de Twitter y Facebook -Medición de Twitter y Facebook

Actitudes	Apertura ante nuevos retos
	Apertura para trabajar en equipo
	Interés por manejar diversas redes sociales o comunidades
Valores ¹	Ética periodística
	Tolerancia a la frustración
	Tolerancia a las críticas
	Buen uso e interpretación de la información

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Los participantes serán capaces de analizar buenas prácticas en redes sociales y trabajarán en las pautas necesarias para instalar Twitter y Facebook en la redacción del medio para el cual laboran.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Guía de buenas prácticas para el uso y gestión de redes sociales* que incluya pautas y estrategias para llevar a cabo la gestión, manejo y medición de redes sociales.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4	Unidad 5
Título	Las redes sociales: el nuevo escenario de los medios y de	La marca digital del periodista. Reputación online y dilemas	Las redes sociales como plataforma de diálogo con la	Todos somos Community Manager en la redacción	Monitoreo y medición del impacto de las redes sociales

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Gestión y administración de audiencias y usuarios
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Esther Vargas
Asesor pedagógico	Carmen Coronado
Fecha de elaboración	20 de julio de 2011

2. COMPETENCIA

Manejo y gestión de usuarios y comunidades en redes sociales con fines periodísticos.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Impacto de las redes sociales en el periodismo y el actual escenario 2.0.- Qué es una marca digital y cómo crear identidad en línea.- Monitoreo de redes sociales.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">- Practicar y reflexionar sobre los cambios en las redes sociales.- Practicar y reflexionar sobre los contenidos que generan los usuarios en las redes sociales.- Estrategias para manejar los medios sociales bajo dos claves: conversar y escuchar.- Aprender a integrar redes sociales para maximizar presencia en la web.- Transmitir pautas a los miembros de la redacción con la finalidad de que cada uno de los periodistas que integran la organización actúen como CM.- Ejercitarse herramientas para mejorar el monitoreo de redes sociales.

sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

- Juan Ignacio Rodríguez Navarro. (9 abril 2008). "Tipos de formatos o archivos de audio". En Desarrolomultimedia.es <http://www.desarrollomultimedia.es/articulos/tipos-de-formatos-o-archivos-de-audio-y-codecs.html>
- Thinkfree. Editor de textos libre en línea. <http://member.thinkfree.com/member/goLandingPage.action>
- Audacity, editor de audio libre y multiplataforma <http://audacity.sourceforge.net/?lang=es>
- Tutorial Audacity <http://audacity.sourceforge.net/manual-1.2/>
- Windows Live Movie Maker, editor de video <http://windows.microsoft.com/es-ES/windows7/products/features/movie-maker>
- Edición de videos con Windows Media Maker <http://explore.live.com/windows-live-movie-maker-video-editing-using>
- Jaycut, editor de videos en línea <http://jaycut.com/>
- Youtube, subir y compartir videos en internet <http://www.youtube.com/>
- Soundcloud, subir y compartir audios en internet <http://soundcloud.com/>

Básica

- Orellana Valdés, Ramón (08/2009. *Mapas conceptuales y aprendizaje significativo*. El Cid Editor, Apuntes. Argentina. 9 p. (E-libro).
- León Ramírez, Manuela (08/2009. *Multimedia*. El Cid Editor, Apuntes. Argentina. 29 p. (E-libro).
- Chaljub Duarte, José A. *Videos a la medida de las necesidades de las clases*. Pedagogía Universitaria. Vol. 14, No. 3, 2009. Editorial Universitaria, Cuba, 2009. (E-libro 10 p.).
- McAdams, Mindy. (Septiembre 2009). *Guía de habilidades multimedia para periodistas*. Tr. María Elena Brizuela. 1-33p. <http://www.jou.ufl.edu/faculty/mmcadams/PDFs/RGMPespanol.pdf>
- Warner, Janine. *Perfil de la presentación multimedia*. <http://jcwerner.com/colombia/multimedia-instrucciones.html>
- Juan Carlos Camus (octubre 2009) *Tienes 5 segundos*, Página 92-95, Tipografía, la letra correcta.
- Instrucciones para ejecutar un proyecto multimedia
Jane Steven

Complementaria

- Herramientas Digitales para Periodistas
Sandra Crucianell
- Taller de Multimedia
<http://tallermultimedia.blogspot.com/>
- Guion Multimedia
<http://www.guionweb.net/>
- Preproducción Multimedia
<http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Producción Multimedia / Comunicación visual
<http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns->

	<ul style="list-style-type: none"> - Tipología de proyectos multimedia. - Formatos de imágenes. - Tipos de fuentes adecuadas para la producción de una multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar audio en diferentes formatos. - Subir y compartir audios en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar video en diferentes formatos. - Subir y compartir videos en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - para la producción multimedia.
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico de doble entrada sobre los diferentes tipos de contenido multimedia, con sus características y procesos para llevarla a cabo.	Un audio producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar, abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	Un video producido por el estudiante donde aplique los siguientes procesos: grabar, abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.	Una multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La multimedia y sus elementos.	Producción de audio.	Producción de video.	Producción de una multimedia.
Objetivo	El estudiante identificará la multimedia, sus elementos, tipos y procesos, así como dar un opinión sobre los formatos de imágenes y tipografías adecuados para producir periodismo multimedia.	El estudiante producirá un audio con un fin periodístico.	El estudiante producirá un video con un fin periodístico.	El estudiante producirá un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.
Contenido	<ul style="list-style-type: none">- ¿Qué es multimedia?- Elementos de una multimedia.	<ul style="list-style-type: none">- Formatos básicos de audio.- Grabación y edición básica de audio:	<ul style="list-style-type: none">- Formatos básicos de video.- Grabación y edición básica de video:	<ul style="list-style-type: none">- Técnicas básicas para la producción multimedia.- Herramientas y recursos

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Producción Multimedia
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Fidel Antonio Romero Álvarez
Asesor pedagógico	Ruth Medina
Fecha de elaboración	26 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante aplica la metodología, producción y edición de proyectos multimedia de calidad para medios digitales con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Teoría sobre conceptos básicos de multimedia.- Tipología de proyectos multimedia.- Contenidos digitales: imágenes, textos, audios y videos.- Las herramientas y recursos para la producción multimedia.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">- Producción de elementos multimedia: texto, imágenes, audio y video.- Manejo técnico para grabar, crear, abrir, editar, importar, guardar y compartir elementos multimedia.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">- Producción de proyectos multimedia para el periodismo digital.- Permeables al medio tecnológico.- Observador, perseverante, y en continua investigación sobre producción multimedia.- Asumir roles e interés por producir multimedia.- Trabajo colaborativo en equipo.
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">- Creativo en la producción de elementos multimedia.- Ética periodística.- Solidaridad en el trabajo en equipo.- Aprendizaje cooperativo a través del uso de herramientas digitales.- Respeto a los puntos de vista diferentes.- Tolerancia a las críticas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O

-Poynter Institute (2011). *Conjunto de Guías Éticas para Hacer Periodismo en la Web*. EU, Instituto Poynter. Libro digital disponible en la página web:
<http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/conjunto-de-guias-eticas-para-hacer-periodismo-en-la-web-es>

-Velásquez O. César Mauricio et. Al., (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Colombia: Universidad de la Sabana, Ecoe ediciones.

Complementaria

-Breiner, James (2011). "Los nuevos lenguajes". En *Revista Mexicana de Comunicación*. Edición 123, abril-junio. México: Fundación Manuel Buendía A.C. (pp.11-16). Versión disponible en línea: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/05/30/los-nuevos-lenguajes-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2vSFSTr>

-Briggs, Mark (2009) *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*. Estados Unidos: Fundación Knight para el Periodismo en las Américas. Libro digital disponible en la página: knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf

Martínez Gutiérrez, Fátima. (2008). Eyetracking y usabilidad: claves de investigación en los procesos de lectura en línea. *SEECI*, N° 16. Julio. Año XI. Páginas: 98- 118

<http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2016/FatimaMar.pdf>

-Grijelmo, Alex (2008). *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.

-Hohmann, James (2011). *Las 10 mejores prácticas para redes sociales, directrices útiles*. EU, Comité de Ética y Valores de la American Society of News Editors (ASNE). Libro digital disponible en la página web: <http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/las-10-mejores-practicas-para-medios-sociales-es>

-López Hidalgo, Antonio (2009). *El Titular. Manual de titulación periodística*. México: Alfaomega.

Orozco Murillo, Roselía (2011). "El periodismo digital implica esfuerzo y creatividad". Video-entrevista a Sergio René de Dios Corona. Centro de Formación en Periodismo Digital, Universidad de Guadalajara. Disponible en línea: http://www.youtube.com/watch?v=W7SXAp1Ms_U&feature=player_embedded

http://www.nytimes.com/2006/04/09/weekinreview/09lohr.html?page_wanted=all

- Martín Herrera Inma (2005). "Ciber redacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio". En *Revista Latinoamericana de Comunicación, CHASQUI*. Diciembre, N. 092. Ecuador: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. (pp.24-29). Versión en PDF, disponible en línea: <http://chasqui.comunica.org/content/view/421/127/>

Manual de Estilo para Nuevos Medios. Sitio web de la Fundación BBUV con información amplia sobre el tema:
<http://www.manualdeestilo.com/>

- Orihuela, Jose Luis (2003). "El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad". En *Revista Latinoamericana de Comunicación, CHASQUI*. N. 83, Septiembre. Disponible en línea:
<http://chasqui.comunica.org/content/view/151/62/>

- Orozco Murillo, Rosalía y Farina, Héctor (2010) "La pirámide invertida en la Web" PPT. México: Centro de Formación en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Versión en PPT.

- Ortega Santamaria Sergio (2007). "Evolución del perfil del usuario: Usuarios 2.0". En *No Sólo Usabilidad No 6* (Revista electrónica española). Artículo digital disponible en:
<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usuario20.htm>

Ramaris Albert Trinidad. "Periodismo Web 2.0: La interacción entre los webactores y al blog periodístico. El caso de The Huffington Post". II Congreso Internacional Comunicación 3.0

Universidad Complutense de Madrid Madrid, España.
<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/075.pdf>

proporcionará una plantilla a los alumnos.

para la web

para la materia y que será editado por el instructor).

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

-Camus, Juan Carlos (2010). *Tiene 5 segundos. Gestión de contenidos digitales*. Libro disponible en la página: <http://tienes5segundos.cl/libro/>

-Franco, Guillermo (2008). *Cómo escribir por la web*. EU, Fundación Knight para el Periodismo en las Américas. Libro digital disponible en la página: http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php

-Franco, Guillermo (sf) "Usted tiene mi atención, por favor no me lo repita!". Artículo en PDF. Versión en línea disponible en: http://issuu.com/gegarba/docs/usted_tiene_mi_atenci_n

-García Hilda (2011) "El lenguaje del periodismo en Internet". En *Revista Mexicana de Comunicación*. Edición 123, abril-junio. México: Fundación Manuel Buendía A.C. (pp.17-20 y 49). Versión disponible en línea: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/05/30/El-lenguaje-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2vSFSTr>

-Katwala, Jaldeep (2011). "10 consejos para detectar una noticia". EU, Centro Internacional para Periodistas y Media Helping Media. Disponible en línea: <http://ijnnet.org/es/stories/90743>

Lohr, Steve (2006). "Este aburrido titular fue escrito para Google". EU, New York Times. Versión traducida al español en Word. Versión original en inglés disponible en la página:

Objetivo	Identifica cómo leen, consumen y usan la información los usuarios de Internet	Internet Conoce cuál es el estilo de redacción para Internet	Internet Aplica los niveles del modelo de pirámide invertida en noticias que se difunden vía Internet	Producir una noticia publicable para la web.
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comportamiento del usuario de Internet: lo que dicen las investigaciones 2. El concepto de usabilidad aplicado a los contenidos que se difunden vía Internet 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El lenguaje del periodismo en Internet 2. La ciber redacción periodística 3. Redactar con sentido humano, no para buscadores 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El modelo de la pirámide invertida y sus niveles de utilización para Internet. 2. Cómo romper la uniformidad de los textos periodísticos (titulación, uso de intertítulos, negritas, enumeraciones, colores e imágenes para atraer al usuario 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan para generar un producto informativo para la web
Producto de la unidad	<p>Análisis crítico de los estándares de usabilidad de dos portales de noticias. (Incluir propuestas para mejorar la usabilidad de los sitios analizados).</p> <p>Se</p>	"Guía de estilo y redacción para Internet".	Dos noticias reestructuradas para Internet, en la que se aplica uno de los niveles de la pirámide invertida; y se evidencien los criterios de usabilidad recomendados	Noticia con la estructura, estilo y elementos adecuados para los usuarios de Internet. (La noticia o producto que sea publicable se difundirá en un blog creado expresamente

Valores ¹	-Interés por aprender a redactar para medios en línea
	-Autocrítica, para mejorar lo realizado
	-Creativa, para generar nuevos contenidos
	-Tolerancia a las críticas
	Precisión y concisión
	Verecidad
	Ética periodística
	Solidaridad para trabajar en equipo
	Respeto a los puntos de vista diferentes

¹Atudir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Producción y difusión de contenidos

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Producción de una noticia donde se aplique la estructura y elementos adecuados para los usuarios de Internet.
	(La noticia o producto que sea publicable se difundirá en un blog creado expresamente para la materia y que será editado por el instructor).

6. RECORTE DE CONTENIDO (Unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Perfil y necesidades del usuario de Internet	El lenguaje y el estilo de la redacción periodística en	La pirámide invertida en la redacción de noticias para	Producción de textos periodísticos para Internet

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Escritura para nuevos medios y audiencias
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo y Sergio René de Dios Corona
Asesor pedagógico	Mtra. Patricia Gpe. Camacho Cortez
Fecha de elaboración	30/10/11

2. COMPETENCIA

El estudiante redacta discursos y contenidos periodísticos precisos y veraces para ser difundidos en plataformas digitales y en línea.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Perfil y necesidades de los usuarios de Internet-Concepto de "usabilidad" aplicado a los sitios de Internet-El lenguaje y el estilo de la redacción periodística en Internet-Modelos de pirámide invertida aplicados a noticias para Internet- Titulación y edición de textos periodísticos para Internet
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Redactar discursos informativos para Internet-Utilizar la pirámide invertida en sus diferentes niveles-Editar y estructurar discursos informativos que se difundirán en línea-Romper la uniformidad de textos periódicos para Internet-Producción y documentación de información-Desarrollar una visión crítica y analítica sobre los textos publicados en línea
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Interés para aprender nuevos conceptos-Apertura para trabajar bajo presión

Complementaria

investigación (consultado el 26/11/2011)

<http://tdx.cat/bitstream/handle/10803/4155/TMBN2de6.pdf?sequence=2>
(consultado 25/11/2011)

<http://www.geiuma-oax.net/sam/formatobasicopararedactareportes.pdf>
(consultado 26/11/2011) power sobre estilos de reportes científicos)

http://servidor-opsu.tach.ula.ve/7jornadas_i_h/paginas/doc/JIHE-2011-PN37.pdf
(Consultado 26/11/2011) power ejemplo de un informe sobre investigación de audiencias)

<http://www.slideshare.net/Bernachi/los-metodos-mixtos> (Consultado 26/11/2011)

Producto de la unidad	Reporte detallado de cada uno de los sistemas de medición de las audiencias estudiadas.	Diseño del instrumento a trabajar en el diagnóstico a aplicar	Análisis del diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios.
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

Impacto en los cinco sentidos

Norberto Alvarez Debans

Valletta ediciones

Argentina 2000

http://www.nielsen-online.com/downloads/es/SiteCensus_Generic_ES.pdf

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque8/pag3.htm>

<http://www.feo.org/docrep/u1310s/u1310s07.htm#M%C3%A9todos%20de%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos>

<http://fundamentosinvestigaciontec.blogspot.com/2009/05/reporte-de-investigacion.html> (consultado el 26/11/2011)

<http://www.slideshare.net/ericupr/presentacin-de-elaboracin-reporte-de->

	utilizar en la evaluación el medio de comunicación elegido.		
Contenido	<p>Sistemas de Medición de audiencias más importantes:</p> <p>1.- Análisis de Logs.</p> <p>2.-Análisis mediante tags</p> <p>3.- Análisis Mediante peneles.</p> <p>4.- Análisis Mediante encuestas.</p> <p>5.- Análisis Mediante usos de navegación.</p> <p>Empresas líderes en la medición de las audiencias:</p> <p>Inloadex</p> <p>AIMC</p> <p>OJD</p> <p>TNS Audiencia de Medios</p>	<p>1) Mediciones directas.</p> <p>2) Observación activa y pasiva.</p> <p>3) Estudios de caso.</p> <p>4) Encuestas por muestreo.</p>	<p>Elementos básicos de un reporte.</p> <p>Análisis de resultados de una investigación</p>

Valores¹ : Honestidad en el uso y manejo de la información.
 Ética en el desempeño profesional.

¹ Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.

Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción : El estudiante realiza un diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias en sistemas primarios de comunicación y/o medios digitales.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Sistemas de medición de audiencias	Sistemas de recolección de datos	Diagnostico de los mecanismos de interacción de servicios a las audiencias
Objetivo	El estudiante conocerá las características y ventajas de cada uno de los sistemas de medición de audiencias para poder elegir el más apropiado para	El estudiante identificará cual es el sistema de recolección de datos más funcional para su proyecto de medición de audiencias.	El estudiante realizará un análisis minucioso del diagnostico de los mecanismos de interacción de servicios a las audiencias.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Evaluación de los servicios informativos a las audiencias
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosa Elena Richart Varela
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/Noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante diseña un diagnóstico integral que le permita medir la satisfacción de las audiencias en los sistemas primarios (Gráfica, Radio y Televisión) y/o medios digitales, atendiendo principalmente a los mecanismos de interacción y satisfacción de las mismas en los servicios informativos.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Rating, importancias y aplicación de la información en tiempo real. Provisión de sistemas de consulta a las audiencias. Sistemas de medición de audiencias.
Habilidades	Identifica las necesidades de información de los usuarios. Procesa y selecciona información relevante para la toma de decisiones en la satisfacción de los usuarios. Diseñar estrategias corporativas que permitan consolidar la satisfacción de los usuarios. Diseñar instrumentos de evaluación.
Actitudes	Objetividad para el análisis de la información obtenida. Creatividad para diseñar instrumentos de medición.

- Año 1992
- Título *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*
- Autor SANTAMARÍA S., Luisa y María Jesús CASALS C.
- Editorial Fragua
- Año 2000
- Título *Basics of Qualitative Research*
- Autor STRAUSS, A. y J. CORBIN
- Editorial Sage
- Año 1990
- Título *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communications*
- Autor THOMPSON, John B.
- Editorial Stanford University Press
- Año 1990
- Título *Los media y la modernidad*
- Autor THOMPSON, John B.
- Editorial Paidós
- Año 1998 [1997]
- Título *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*
- Autor VALLES, Miguel S.
- Editorial Síntesis
- Año 1997

- Autor MATTELART, Armand
- Editorial Siglo XXI
- Año 1995 [1994]
- Título *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*
- Autor McQUAIL, Denis
- Editorial Paidós
- Año 2000 [1983]
- Título *Horizontes fragmentados: comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*
- Autor REGUILLO C., Rossana
- Editorial ITESO
- Año 2005
- Título "El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada"; en: rev. *Anàlisi*, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona; n.29 (Antropología de la comunicación), pp.63-79.
- Autor REGUILLO C., Rossana
- Editorial ITESO
- Año 2002
- Título *Metodología de la investigación cualitativa*
- Autor RODRÍGUEZ Gómez, Gregorio; Javier GIL Flores y Eduardo GARCÍA Jiménez
- Editorial Aljibe
- Año 1999 [1996]
- Título *Manual de estructura de la información*
- Autor SÁNCHEZ-BRAVO Cenjor, Antonio
- Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.

- Autor ABRIL C., Gonzalo
- Editorial Cátedra
- Año 1997
- Título *Modernidad, pluralismo y crisis del sentido*
- Autor BERGER, Peter y Thomas LUCKMANN
- Editorial Paidós
- Año 1997
- Título *Redacción para periodistas: informar e interpretar*
- Autor CANTAVELLA, Juan y José Francisco SERRANO (coords.)
- Editorial Ariel
- Año 2004
- Título *Estilo y géneros periodísticos*
- Autor CASASÚS, Josep Ma. y Luis NÚÑEZ L.
- Editorial Ariel
- Año 1991
- Título *La interpretación de las culturas*
- Autor GEERTZ, Clifford
- Editorial Gedisa
- Año 1990 [1973]
- Título *De los medios a las mediaciones*
- Autor MARTÍN-Barbero, Jesús
- Editorial Convenio Andrés Bello
- Año 2003 [1987]
- Título *La invención de la comunicación*

Año 2001
Título "Análisis del discurso"
Autor HAIDAR, Julieta, en: GALINDO, Luis Jesús (coord.): *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*; pp. 117-164
Editorial Addison-Wesley

Año 1998
Título "Construcción de la realidad e imaginarios sociales en los mass medias: la hipervisibilidad moderna"
Autor IMBERT, Gerard; en: GARCÍA Ferrando, M. et al.: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*; pp.605 - 624

Editorial Alianza

Año 2000 [1986]

Título *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*

Autor JENSEN, Klaus B. (ed.)

Editorial Routledge

Año 2002

Título *Texto y contexto*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Cátedra

Año 1980

Título *La noticia como discurso*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Paidós

Año 2001 [1980]

Complementaria

Título *Teoría general de la información*

Contenido	A partir de la comprensión y el análisis se definen y relacionan las prácticas "editoriales" con la "información".	Conocimiento y desarrollo de actitudes etnohemerográficas, de formas de registro y construcción de datos sobre prácticas reales de un medio de comunicación.	Análisis de los registros obtenidos, puesta en contexto y vinculación con los saberes y la práctica real.
Producto de la unidad	Marco teórico.	Diseño de muestra.	Ensayo (avance del reporte).

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Título	<i>Cómo se escribe un periódico</i>
Autor	BASTENIER, Miguel Ángel
Editorial	F.C.E. - F.N.P.I.
Año	2009
Título	<i>Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística</i>
Autor	CASALS C., María Jesús
Editorial	Fragua
Año	2005
Título	<i>Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico</i>
Autor	DÍAZ Nocí, Javier
Editorial	Universidad del País Vasco

independiente) y su reflejo en los contenidos periodísticos.

Habilidades : De lectura, análisis, interpretación, argumentación oral y escrita; de diseño para la investigación; de metodología y exposición.

Actitudes : Reflexión, comprensión, capacidad de síntesis.

Valores¹ : Respeto a las diferencias de opinión y honestidad intelectual.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción : Elaborar un reporte o diagnóstico de las funciones editoriales de un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (Unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Corporeidad mediática y editorial: conceptos y teoría.	Apropiación de los editoriales: métodos y diseño indicativos.	Rearticulación: interpretación, análisis y evaluación de datos.
Objetivo	Articular un marco referencial a partir de identificar el campo de estudio.	Construir una muestra significativa de prácticas editoriales.	Extraer, organizar y explicar la información contenida en la muestra.

Edición de videos con Windows Media Maker

<http://explore.live.com/windows-live-movie-maker-video-editing-using>

Jaycut, editor de videos en línea

<http://jaycut.com/>

Youtube, subir y compartir videos en internet

<http://www.youtube.com/>

Soundcloud, subir y compartir audios en internet

<http://soundcloud.com/>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio
Programa al que pertenece	Nivelación de licenciatura en Periodismo digital
Experto disciplinar	Gilberto Magaña Hernández
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	28 de Noviembre 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante desarrolla análisis indicativos de las prácticas editoriales manifiestas en los mensajes de un medio para ejercer las funciones y expresar las políticas editoriales.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	División del trabajo editorial en los medios, las secciones y los formatos y géneros editorializantes. Formas de tratamiento de la información particularmente de la oportunidad, jerarquía, precisión, periodicidad y pluralidad. Formas de afiliación (o pertenencia) de las y los periodistas a los equipos de edición (redacciones) y otras asociaciones (trabajo
---------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	encuentra su medio.	espacio de producción informativa que le permita intervenir de manera sustentada y lograr acceder con un medio propio en el mercado de la información.	
Producto de la unidad	Reporte sobre las debilidades y fortalezas de la empresa con datos sustentados en material leído que argumente dicho análisis.	Construir un reporte sobre alguna(s) propuesta(s) teórica(s) adecuada(s) a las necesidades de su empresa o que mejor reflejen y argumenten la implementación de una mejoría.	Producto integrador. Proyecto teórico metodológico que exponga las características de un medio en particular inserto en una dinámica social (que le determina) en el que se incluya todos los procesos anteriores correspondientes a la constitución del medio interno - externo.
	Elaborar un cuadro de identificación de necesidades y características existentes y compararlo con mejorías deseadas.	Una vez construido el abordaje anterior presentar un reporte con datos metodológicos sobre las actuales particularidades de los procesos y espacios de producción informativa, así como de las estrategias de vinculación y comercialización del contexto y tiempo actual.	

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompSubir etencias) dependieSubir ando de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFIA

- Básica Avogadro, Marisa (2004). "NTIC, Convergencia, Tecnología Multimedia...algunas aproximaciones", en *Revista Razón y Palabra* No. 41, octubre [En línea, julio de 2008] Disponible en www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2004/octubre.html .
- Baltazar Paz, Luis Enrique. (2006). "Sistemas Gestores de Contenidos. Disponible" en *Mati Sobre la letra Digital* [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.mati.unam.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=75&Itemid=49.
- Burch, Sally (2005). "Palabras en juego" en Ambrosi et al. *Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. Ed C&F Editions.
- Castells, Manuel (2006a). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Vol. 1* (7ª ed.). México: Siglo XXI Editores.
- Floreo Vivar, Jesús y Arruti, Alberto Miguel (2001). *Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo intodigital*. México: Limusa
- Fundación Opti (2004). "El futuro de los medios de Comunicación ante el impacto de las nuevas tecnologías" en *Estudio de Investigación del Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial*. [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.opti.org/publicaciones/pdfs/medios_comu.pdf.
- Jensen, Klaus Bruhn (2002). "Introduction: The state of convergence in media and communication research" En *A Handbook of media and Communication research: Qualitative and Quantitative*

Methodologies. London, England: Routledge, pp. 1-11.

Machado Elías y Palacios Marcos (2003). *Modelos de Jornalismo Digital*. Brasil: Facultad de Comunicación, Universidad Federal de Bahía, Ediciones GJOL.

Martínez Rodríguez, Lourdes (2004). Nuevos contenidos, nuevas rutinas, nuevo lenguaje: la reconversión del periodista hacia el comunicador digital, en Aguado, Juan .M. (coord.) (2004). *E-comunicación. Dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*. Sevilla: Comunicación y Sociedad Ed.

Complementaria

Armenta Vizueta, José et al (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.

Hernández. Ramírez, María Elena (2004). "Mirada sociológica al periodismo mexicano" en *Revista Mexicana de Comunicación* [En línea Junio de 2008]. Disponible en www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/mirada.htm.

_____. (1997). "Sociología del Periodismo: Una Introducción" en Hernández, M. Elena (Compiladora). *Antología Sociología del Periodismo*. México: UdeG, CUCSH, DECS, pp. 15-23.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Fundamentación legal de los medios en México
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Israel Tonatiuh Lay Arellano
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/11/11

2. COMPETENCIA

Pensamiento crítico, reflexivo y analítico sobre los actores y procesos del contexto de discusión, génesis y aplicación de la legislación de los medios en nuestro país.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento de la génesis legislativa• Conocimiento de los procesos de discusión en torno a la legislación de medios• Conocimiento del contexto del impacto de la legislación de medios en la vida cotidiana
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad reflexiva acerca de los procesos sociopolíticos en la discusión de la legislación de medios• Crítica sobre los procesos de impacto en la aplicación de la legislación de medios
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Interés por el contexto sociopolítico de la génesis y aplicación de la legislación de medios
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">• Ética periodística• Compromiso social a favor del interés común

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común y la ética periodística.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción : Ensayo de análisis contextual del marco legal y constitutivo a través de la metodología de casos.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Antecedentes de la legislación de medios.	La reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión de 2006.	La acción de inconstitucionalidad en contra de la "Ley Televisa" y las propuestas legislativas posteriores.
Objetivo	El alumno conocerá el marco normativo, y su contexto sociopolítico, que antecede a la actual legislación de medios.	El alumno conocerá el contexto sociopolítico y los principales actores del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la reforma a la LFRyT y a la Ley Federal de Telecomunicaciones	El alumno conocerá el proceso de la discusión de la Acción de inconstitucionalidad en contra de la "Ley Televisa" y las propuestas legislativas posteriores en la materia.

		(LFT) de 2006.	
Contenido	<p>El marco normativo previo a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyT) de 1960.</p> <p>La LFRyT 1960.</p>	<p>La mesa para la reforma integral de los medios electrónicos de comunicación del año 2000.</p> <p>El decreto de reforma al reglamento de la LFRyT de 2001 y la iniciativa ciudadana.</p> <p>La propuesta de reforma a la LFRyT y LFT de 2005.</p> <p>La génesis de la "Ley Televisa"</p>	<p>La Acción de inconstitucionalidad de la "Ley Televisa".</p> <p>El dictamen Sotelo-Beltrones (2009) y la iniciativa Corral-Madero (2010).</p>
Producto de la unidad	<p>Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del proceso de discusión, eprobación y aplicación de la Ley Federal de Radio y TV de 1960.</p>	<p>Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la "Ley Televisa".</p>	<p>Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del dictamen Sotelo-Beltrones y de la iniciativa Corral-Madero.</p>

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Alva, Alma Rosa & Esteinou, Javier (Coordinadores)

2010 *La Ley Televisa*, UAM-Senado de la República, México.

Calleja, Aleida

2007 "Acción de inconstitucionalidad ¿qué es y por qué se presentó?", archivo de audio, <http://sonoridades.amarcMexico.org/>

Cantú, María Elena

2005 *Medios y poder. El papel de la Radio y la Televisión en la Democracia Mexicana*, Grupo Editorial Norma, México.

Corral, Javier & Arredondo, Pablo

2007 *La Ley Televisa: balance y perspectiva*, Universidad de Guadalajara-AMEDI, México.

Cremoux, Raúl

1982 *La legislación mexicana en radio y televisión*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.

Fernández Christlieb, Fátima

1982 *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos Editor, México.

2007 "¿Cómo se constituyó Televisa en un poder fáctico?", en: *Revista Nexos* 352, México, D.F., abril de 2007.

Gutiérrez López, Roberto

2005 *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política, el caso mexicano*, UAM-Ediciones

Pomares, México.

Mejía Barquera, Fernando

- 1989 *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (1920-1960)*, Fundación Manuel Buendía, México.

Suprema Corte de Justicia de la Nación

- 2007 *¿Qué son las acciones de inconstitucionalidad?*, Suprema Corte de Justicia de la Nación, México.

Trejo, Raúl

- 2002 "15 mentiras del Gobierno y la CIRT", en *Revista Zócalo*, noviembre de 2002, México, DF.

- 2004 *Poderes salvajes: Mediocracia sin contrapesos*, Editorial Cal y Arena, México.
Villamil, Jenaro

- 2007 "Poder-dinero-medios y elecciones" en Vázquez Federico & Moritz Jürgen, *El triángulo de las bermudas: el financiamiento de la política en México*, Fundación Friedrich Ebert Stiftung, México.

Complementaria

Ávila Pietrasanta, Irma; Calleja Gutiérrez, Aleida; Solís Leere, Beatriz

- 2002 *No más medios a medias*, fundación Friederich Ebert-México, Senado de la República, México.

Castro Leal, Antonio

- 1969 "Radio y televisión", en: *Los medios de comunicación de masas en México*, Serie Estudios 10, UNAM, México.

Hernández, Francisco & Orozco, Guillermo

- 2007 *Televisión en México, un recuento histórico*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

Lay Arellano, Israel Tonatiuh

2005 *Análisis del proceso de la Iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica*, Universidad de Guadalajara, México.

Olguin, Francisco

2007 *Democracia y Medios de Comunicación en América Latina*, Secretaría de Gobernación, México.

Ortega, Patricia

2006 *La otra televisión, por qué no tenemos televisión pública*, UAM-Editorial E, México.

Romo, Cristina

1990 *La otra radio, voces débiles, voces de esperanza*, Fundación Manuel Buendía - IMER, México.

Sánchez, Enrique

2005 *Medios de Comunicación y Democracia*, Grupo Editorial Norma, Colombia.

Trejo, Raúl

2008 "Azcárraga Jean, protegido de Zedillo", en *Revista Zócalo*, marzo de 2008, México, DF.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Norma Cerda
Asesor pedagógico	Mtra. Carmen Coronado
Fecha de elaboración	25/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante analiza las funciones y políticas organizacionales y administrativas un medio

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Modelos de organizaciones.
	Metodología de análisis Institucional.
	Técnicas de diagnóstico.
	Elaboración de estrategias operacionales.
Habilidades	Promover estrategias y servicios novedosos para presentar resultados acordes a los fines de la organización.
	Manejo de técnicas de medición de indicadores de mejora en los procesos de la organización.
	Identificar problemas vinculados con los procesos de una organización.

Actitudes

Actitud crítica para identificar los problemas y oportunidades en la organización.

Valores¹

Responsabilidad en el cumplimiento de los compromisos y funciones.

Consecuentes en la práctica con los valores y servicios que promueve su organización.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de posture ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción

El estudiante elabora un diagnóstico de las funciones y políticas organizacionales y administrativas de un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Estructuras y diseño organizativo	Modelos de análisis de la administración	Diagnóstico corporativo

Objetivo	Analizará las relaciones funcionales y de procesos que conforman la cadena de valor en su medio	Identificar los modelos y las herramientas que se utilizan para gestionar las principales áreas funcionales en su medio	Elaborar un diagnóstico del medio donde labora
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> - Características y estructura organizacional - Tipología de relaciones funcionales y de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección estratégica. - La comunicación interna en la empresa. - Procesos administrativos de planificación, marketing, finanzas, recursos humanos, operaciones, innovación y tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> - Plantillas y gráficas sobre modelos de análisis - Formatos y plantillas sobre técnicas de intervención
Producto de la unidad	Descripción de la organización en la que trabaja y deberá contextualizarla incluyendo los procesos internos.	Identificación de los actores clave de los procesos institucionales de la organización donde labora y análisis de los procesos organizacionales	Reporte sobre la análisis y sistematización de los procesos organizacionales del medio donde labora.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFIA

Básica

Gerencia y planeación estratégica Escrito por Jean Paul Sallenave

Manual Da Planeacion Estrategica/ Manual of Strategic

Planning

Martín G. Álvarez Torres

Conceptos de administración estratégica

Fred R. David

Fundamentos de administración: conceptos esenciales y aplicaciones

Stephen P. Robbins, David A. De Cenzo - 2009

Administración

Stephen P. Robbins - 2005

DIRECCION Y PLANIFICACION ESTRATEGICAS EN LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES : UN ...

Andrés Fernández Romero - 2004

Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas

Kathy Matilla - 2008

Complementaria

Video <http://video.google.com/videoplay?docid=-8844119693217626547>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Contextualización de la investigación periodística
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	30 noviembre de 2011

2. COMPETENCIA

Que el estudiante contextualice a través de la documentación y análisis de información el tema sobre el cual planea realizar una investigación periodística.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	- Documentación de información
	- Búsquedas avanzadas de información
	- Contrastación y verificación de la información
Habilidades	- Para la investigación y búsqueda de información
	- Para contrastar y verificar datos
	- Para reflexionar y comprender información
	- Para sintetizar
Actitudes	- Interés para investigar
	- Apertura para trabajar bajo presión
	- Autocrítica, para mejorar lo realizado
	- Creativa, para generar nuevos contenidos

Valores¹

- Tolerancia a las críticas
- Respeto a las diferencias de opinión y honestidad intelectual.
- Precisión y concisión
- Veracidad
- Ética periodística
- Solidaridad para trabajar en equipo
- Respeto a los puntos de vista diferentes

¹ Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Estado de la cuestión (antecedentes o contextualización) del tema sobre el cual se realizará una investigación periodística.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Investigación y documentación del tema a investigar	Evaluación de recursos y fuentes	Redacción del estado de la cuestión (antecedentes de la

			investigación)
Objetivo	Localizar la información publicada sobre el tema a investigar	Analizar y contrastar la información y las fuentes para verificar que sean veraces y de calidad	Redactar el estado de la cuestión (antecedentes) del tema a investigar
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> -Qué se ha publicado sobre el tema que voy a investigar -Búsquedas avanzadas de información sobre el tema en Internet -Búsquedas de libros, revistas o reportes académicos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Verificación de fuentes -Contrastación de datos -Selección final de las fuentes de información que se incluirán en los antecedentes de la investigación 	<ul style="list-style-type: none"> -Sistematización y análisis crítico de la información y las fuentes consultadas -Cómo citar las fuentes consultadas
Producto de la unidad	Mapa conceptual donde se detalle el tipo de fuentes e información localizada que se consultará.	Borrador del estado de la cuestión (antecedentes) del tema a investigar.	Estado de la cuestión (antecedentes) sobre el tema a investigar).

¹ Se puedan insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

CARRIZO, G.: Manual de fuentes de información. Madrid: CEGAL, 1994

- CODINA, L. Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos. Revista Española de Documentación Científica, 2000, vol. 23 n. 1, p. 9-44.

- CODINA, L. Parámetros o indicadores de calidad para la evaluación de recursos digitales. En Jornadas Españolas de Documentación (7. 2000. Bilbao). La gestión del conocimiento: retos y soluciones de los profesionales de la información. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2000. p. 135-144.

- MERLO VEGA, José Antonio: La evaluación de la calidad de la información web. aportaciones teóricas y experiencias prácticas. En Recursos informativos: creación, descripción y evaluación. Mérida: Junta de Extremadura, 2003. p. 101-110. (Sociedad de la información, 8). Disponible en Web: <http://exlibris.usal.es/merlo/escritos/calidad.htm>

- New York University Bobst Library. How to evaluate Information [en línea] < <http://library.nyu.edu/research/tutorials/evaluate> > [Consulta: mayo 2005]

- Iowa State University. Library. Evaluación de paginas web [en línea] <http://www.lib.iastate.edu/commons/resources/evaluation/index_esp.html> [Consulta: mayo 2005]

Complementaria

"Cómo evaluar fuentes de información". Universidad de Málaga, Biblioteca Universitaria (en línea): <http://www.uma.es/ficha.php?id=78348>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 2: mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias
Programa al que pertenece	licenciatura Nivelación en periodismo
Experto disciplinar	Rodrigo González Reyes
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	01/12/11

2. COMPETENCIA

El estudiante mejora y diversifica los servicios informativos de las audiencias de una organización

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Tipificación de las actividades de información en la organización-Niveles de organización de las actividades de información en la organización-Diversificación y mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Identificar las formas de tipificación de las actividades de información en la organización-Identificar niveles de organización de las actividades de información en la organización-Identificar las necesidades de diversificación y mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Perspicacia para identificar las variaciones en las necesidades de información

- Valores¹
- Tenacidad para llegar al fondo de los problemas informativos
 - Creatividad en la resolución de conflictos informativos
 - Ecuanimidad en la toma de discusiones
 - Perseverancia en la búsqueda de soluciones

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Bitácora del proceso de implementación del proyecto de mejora de los servicios informativos

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Tipificación de las actividades de información en la organización	Niveles de organización de las actividades de información en la organización	Mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización	Diversificación de los servicios de información para las audiencias de la organización
Objetivo	Que el	Que el	Que el alumno	Que el alumno

	estudiante identifique las principales actividades de información en una organización	estudiante identifique los principales niveles de organización de las actividades de información en una organización	conozca las estrategias básicas en el diagnóstico y mejora de servicios de información para las audiencias de la organización	conozca los principios básicos en la diversificación de servicios de información para las audiencias de la organización
Contenido	Las actividades de información en la organización	Servicios de información no comercial	Auditoría de la comunicación	Servicios de información por canal
	Actividades informativas para públicos internos	Servicios de información comercial	Identificación de audiencias	Servicios de información por función
	Actividades informativas para públicos externos		Análisis de usabilidad	Servicios de información por economía de recursos
			Análisis de hábitos de consumo de información	
Producto de la unidad	Reporte de tipificación de actividades de información en la organización	Reporte de actividades predominantes de información en la organización	Primera parte de Bitácora de proceso de implementación del proyecto de mejora de servicios informativos	Segunda parte de Bitácora de proceso de implementación del proyecto de mejora de servicios informativos

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Unidad 1:

Aguiar, Henoch (2010). *Lo digital en la sociedad del conocimiento*, en Instituto de Estudios sobre Comunicación (Ed.). Buenos Aires: La cruzja.

Amado, Adriana (2008). *Auditoría de la comunicación*. Buenos Aires: La cruzja.

González, Rodrigo (2012). *Las necesidades de información en la organización*. Universidad de Guadalajara (material diseñado para este curso).

González, Rodrigo (2012). *Mapa de públicos*. Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (material diseñado para el curso).

Mancini, Pablo (2011). La audiencia, en Mancini, Pablo (Aut.) *Hackear el periodismo* (37 – 54). Buenos Aires: La cruzja.

Igarza, Roberto (2008) Introducción, en Roberto Igarza (Aut.) *Nuevos medios: estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La cruzja.

Ortega, Sergio (2007). Evolución del perfil de usuario: usuario 2.0. *No sólo Usabilidad*, No. 6.

Prado Miguel Ángel (2010). *Información y documentación, dos recursos estratégicos para la empresa*, XI Jornadas Española de Documentación, No. 15.

Video: Hábitos de consumo de información de los internautas.

Animal político:

http://www.youtube.com/watch?v=B_MYRBRhiYI

o

<http://www.animalpolitico.com/2011/08/habitos-de-consumo-de-informacion-de-los-internautas-2/>

Complementaria

Barbosa, Marialva (2004). Público: sustantivo, adjetivo y verbo. *Signo y pensamiento*, 45, 105 – 113.

Brandolini, Alejandra y González, Martín (2008), *Comunicación interna*. Buenos Aires: La cruzja.

Navarro, Fidela (2009). *Del ágora al rating*. México: Porrúa (extracto).

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación
Programa al que pertenece	Licenciatura nivelación en periodismo
Experto disciplinar	Rodrigo González Reyes
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/11/11

2. COMPETENCIA

El estudiante conoce las diferencias y características de los principales modelos y paradigmas de la comunicación históricos y actuales.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Contexto histórico de los principales modelos y paradigmas de la comunicación
	Contexto epistemológico de los principales modelos y paradigmas de la comunicación
	Contexto de aplicación de los principales modelos y paradigmas de la comunicación
Habilidades	Identificar la diferencia entre modelo y paradigma
	Identificar las diferencias epistemológicas entre los principales modelos y paradigmas históricos de la comunicación
	Identificar la propuesta epistemológica de principales modelos y paradigmas actuales de la comunicación
Actitudes	Objetividad para dar cuenta de los detalles diferenciadores epistemológicos
	Flexibilidad para encontrar comunes denominadores epistemológicos

	Curiosidad para seguir profundizando en este campo básico del saber comunicacional
Valores ¹	Tenacidad para seguir el desarrollo de una historia en evolución
	Motivación para encontrar la aplicabilidad de estos saberes

¹ Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Estado de la cuestión sobre nuevos modelos y canales comunicativos
-------------	--------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Las grandes intuiciones sobre el componente comunicativo de lo social	La consolidación del campo comunicativo en los saberes de lo social	El debate actual sobre el estatuto científico de la comunicación como saber	Los paradigmas actuales
Objetivo	Que el alumno	Que el alumno		

Contenido

<p>sea capaz de dar cuenta de los orígenes teóricos de la comunicación como una problemática constitutiva de lo social</p>	<p>sea capaz de dar cuenta de las principales causas históricas de la emergencia de la comunicación como campo organizado y especializado del saber social</p>	<p>Que el alumno sea capaz de reconocer los principales puntos en el debate acerca de la comunicación como campo, disciplina o ciencia</p>	<p>Que el alumno sea capaz de reconocer las principales tendencias teóricas actuales y su pertenencia a paradigmas anteriores o emergentes</p>
<p>Pensamiento social clásico y las intuiciones comunicativas de la organización social</p>	<p>La institucionalización de los estudios comunicacionales</p> <p>El debate sobre el objeto de los estudios comunicacionales</p>	<p>La crisis de las ciencias sociales</p> <p>La crisis objetual del episteme comunicacional</p>	<p>Ecología de la comunicación</p> <p>Estudios culturales latinoamericanos</p>
<p>La sociedad de redes y flujos</p>	<p>El funcionalismo norteamericano</p>	<p>La comunicación como campo, disciplina o ciencia</p>	<p>Sistémica de la comunicación</p>
<p>Psicosociología de las masas</p>	<p>La escuela crítica de Frankfurt</p>	<p>La estructura de las revoluciones científica</p>	
<p>Aguja hipodérmica</p>	<p>Pensamiento crítico norteamericano</p>	<p>Los estudios culturales</p>	
<p>Público fantasma</p>			
<p>Ecología social de Chicago</p>		<p>La economía política</p>	

Producto de la
unidad

Ensayo crítico

Ensayo crítico

Ensayo crítico

Ensayo crítico

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Mattelart, Armand y Mattelart Michéle (2006). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Mattelart, Armand y Neveau, Erik (2006). *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós.

Wolf, Mauro (1996). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

Fuentes, Raúl (2004). Comunicación, cultura, sociedad: fundamentos conceptuales de la posdisciplinariedad, en *Tram(p)aa de la comunicación*, No. 1.

González, Jorge (2005). De la pila hasta el océano: comunicación y estudios de la cultura en México, en *Tram(p)as de la comunicación*, No. 1.

González, Rodrigo (2011). A 55 años de la irrupción de los líderes de opinión, *Razón y palabra*, no 75.

Orozco, Guillermo y González, Rodrigo (2012).

Una encrucijada metodológica. México: Inktable.

Wolf, Mauro (1994). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Wolf, Mauro (1996). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

Vidales, Carlos (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación*. México: CAEIP

Mattelart, Armand (2005). *La batalla de los medios*, entrevista de Atilio Borón a Armand Mattelart. CLACSO, Buenos Aires.

Zapata, Rafael (2008). *El campo de la comunicación*. ITESO.

Complementaria De Fleur, Melvin y Ball-Rockeach, Sandra (2000). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

McQuail, Denis (1999). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Maigret, Eric (2006). *Sociología de la comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica.

Martín-Barbero, Jesús (2004). *De los medios a las mediaciones*. Caracas: Convenio Andrés Bello.

Zillman, Dolf y Bryant, Jennings (1998). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Diagnóstico de las formas de producción informativa
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosalba Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	30/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante diagnóstica los procesos de producción informativa de un medio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	-Teorías sobre la producción de noticias -Formas de producción informativa -Organización para la producción informativa -Mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias -Diagnosticar
Habilidades	Espíritu crítico, capacidad analítica y habilidades de comunicación oral y escrita
Actitudes	
Valores ¹	Reflexiva, de liderazgo, activa, sociable, gestionaora y original. Responsabilidad , ética periodística, compromiso social

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

El estudiante elabora un diagnóstico general de los procesos de producción informativa en un medio.

Descripción

5. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Los procesos de producción informativa	Las prácticas en los procesos de producción informativa	Análisis y diagnóstico de las formas de producción
Objetivo	Identificará los procesos que conforman la cadena de producción de la información	Realizará trabajo de campo con el fin de analizar las prácticas y procesos de producción de información en un medio	Elaborará un diagnóstico de las formas de producción informativa
Contenido	<p>*Teorías sobre la producción de noticias</p> <p>*Cambios o tendencias en las dinámicas de producción informativa</p>	<p>*Diseño de encuesta o entrevista para identificar las prácticas de producción informativa en un medio</p> <p>*Aplicación de la encuesta o entrevista</p>	<p>*Evaluación de resultados de la encuesta o entrevista</p> <p>*Identificación de las fortalezas y debilidades en las formas y prácticas de la producción informativa</p>

Producto de la unidad	Reporte de las áreas, unidades o secciones que conforman el proceso de producción informativa	Base de datos o vaciado de resultados de la aplicación de la encuesta	Diagnóstico general de los procesos de producción informativa en un medio.
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Básica**
- AGUILAR ELÍAS, Laila Patricia (1994) El papel de un editor en la elaboración de noticieros para Notisistema, informe sobre Experiencia Profesional. Guadalajara: ITESO.
- BRACHO GONZÁLEZ, Teresa (1978) Estudio sobre la evolución y difusión de noticias en la Ciudad de México. tesis Universidad Iberoamericana. México.
- CASTELLANOS RODRÍGUEZ, Marcela María del Rocío (1985) Cómo se elabora la nota informativa para un diario nacional. México: Universidad Anáhuac.
- HERNÁNDEZ RAMÍREZ, María Elena (1991) "La producción de noticias en una organización radiofónica tapatía: Notisistema" en Aceves, Arredondo y Luna (comps.) Radiodifusión Regional en México. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (1992) ¿Qué son las noticias? Guadalajara
- (1995) La producción noticiosa. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- CEIC. Colección Estado. Cultura y Sociedad.
- KRIPPENDORFF, Klaus (1990) Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós.
- LALINDE POSADA, Ana María (1992) "La noticia construcción de la realidad", en Comunicación, identidad e integración latinoamericana, t. II, Las industrias culturales. México: Opción.
- Tuñez, Miguel y Guevara, Melitón (2009). "Framing por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 1.030 a 1.044.
http://www.revistalatinacs.org/09/art/878_USC/79_145_Tunez_y_Guevara.html
- Tejedor Calvo (2008). Estudios sobre el Mensaje Periodístico
<http://america.sim.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110617A/12017>
 Biblioteca Complutense | Servicio de Publicaciones
- Salaverría, Ramón (año). ¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE LA CONVERGENCIA DE MEDIOS? Universidad de Navarra.
<http://www.almendron.com/cuaderno/varios/medoc-0411-01.pdf>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Problematización de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Gilberto Magaña Hernández
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	1 de Diciembre 2011

2. COMPETENCIA

Identificar, describir y analizar los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio y las explicaciones a ellos presentadas.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Los gestores de contenidos por sus prácticas, estructura administrativa, recursos. Los procesos administrativos y editoriales: su contexto y las responsabilidades. Estructuras discursivas. Relaciones entre poder (interés) y opinión pública. Conceptos de información, técnica, persuasión, publicidad y propaganda. Los reglamentos y la ética.
Habilidades	Documentación, análisis, interpretación y argumentación.
Actitudes	Pluralismo, Tolerancia, Lealtad.
Valores ¹	Respeto a la ley; Solidaridad; Libertad.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Descripción y análisis de los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Las empresas de noticias	Responsabilidad editorial y discurso periodístico	En el laberinto de la libertad	Procesos informativos posibles en la globalización
Objetivo	Nombrar y describir las fuentes noticiosas de referencia	Identificar casos de conflictos editoriales de intereses	Interpretar los tipos de discursos: persuasivos, publicitarios y propagandísticos	Discernir entre prácticas reales, deseables e indeseables
Contenido	Identificación de marcos, recursos, prácticas y gestores significativos.	Estudio de la credibilidad noticiosa como estímulo y rasgo del prestigio.	Diseño y construcción de indicadores para el análisis del discurso editorial de las empresas noticiosas.	Formulación de propuestas de discursos.
Producto de la unidad	Catálogo razonado de empresas de noticias (de 5	Ampliación y cruce de datos con Catálogo	Presentación de indicadores para el análisis en la crítica de 5 textos	Redacción de 3 editoriales o textos de opinión sobre

a 15) : (Unidad 1) : editorializantes : noticias
: : : : actuales

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Título *Teoría general de la información*
Autor ABRIL C., Gonzalo
Editorial Cátedra
Año 1997
- Título *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*
Autor ARMAÑANZAS, Emy y J. DÍAZ
Editorial Servicio editorial de la Universidad del País Vasco
Año 1996
- Título *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*
Autor BUSTAMANTE, Enrique (coord.)
Editorial Gedisa
Año 2003
- Título *La galaxia internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*
Autor CASTELLS, Manuel
Editorial Areté
Año 2001
- Título "Discurso periodístico: una propuesta analítica"
Autor GUTIÉRREZ Vidrio, Silvia; en revista: *Comunicación y Sociedad*, n.14, julio - diciembre; pp.169 - 198
Editorial Universidad de Guadalajara

- Año 2010
- Título *Un pacto global*
- Autor HELD, David
- Editorial Taurus
- Año 2005
- Título *El País o la referencia dominante*
- Autor IMBERT, Gerard y José VIDAL BENEYTO (coords.)
- Editorial Mitre
- Año 1986
- Título *The Social Semiotics of Mass Communication*
- Autor JENSEN, Klaus B.
- Editorial Sage
- Año 1995
- Título *Elementos de retórica literaria*
- Autor LAUSBERG, Heinrich
- Editorial Gredos
- Año 1998 [1963]
- Título *El artículo de opinión. Introducción a la historia y la teoría del articulismo español*
- Autor LEÓN Gross, Teodoro
- Editorial Ariel
- Año 1996
- Título *Los patrones de la argumentación. La argumentación en los clásicos y en el siglo XX*
- Autor MARAFIOTI, Roberto
- Editorial Biblos
- Año 2003

- Título "Fuentes de información y credibilidad periodística"
Autor MAYORAL, Javier, en: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.11; pp.93-102.
Editorial Universidad Complutense de Madrid
Año 2005
- Título *Falacias y Medios de Comunicación. El discurso como arma*
Autor NOCETTI, Óscar
Editorial Humanitas
Año 1990
- Título *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*
Autor PERELMAN, Chaim y L. OLBRECHTS-TYTECA
Editorial Gredos
Año 2006 [1989]
- Título *La mirada en el cristal. La información en televisión*
Autor RODRÍGUEZ PASTORIZA, Francisco
Editorial Fragua
Año 2003
- Título *La prensa, pasado y presente de México*
Autor RUIZ Castañeda, María del Carmen (coord.)
Editorial UNAM Instituto de Investigaciones Bibliográficas
Año 1990
- Título *Manual de estructura de la información*
Autor SÁNCHEZ-BRAVO Cenjor, Antonio
Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.
Año 1992

- Título "Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas"
- Autor SÁNCHEZ Ruiz, Enrique
- Editorial Universidad de Guadalajara, en: *Revista Universidad de Guadalajara* n.20, otoño
- Año 2000
- Título *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*
- Autor SANTAMARÍA S., Luisa y María Jesús CASALS C.
- Editorial Fragua
- Año 2000
- Título "Periodistas en la cuerda floja"
- Autor SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso, en *Cuadernos de información*, 19; pp. 58-61.
- Editorial Pontificia Universidad Católica, Santiago de Chile
- Año 2006
- Título *Homo videns*
- Autor SARTORI, Giovanni
- Editorial Taurus
- Año 1998
- Título "A Balance Between Imitation and Contrast: What Makes Newspapers Successful? A Summary of Internationally Comparative Research"
- Autor SCHÖENBACH, Klaus; en: *Journal of Media Economics*, vol. 17, Issue 3
- Editorial Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Año 2004
- Título *Bases de la investigación cualitativa*
- Autor STRAUSS, A. y J. CORBIN
- Editorial Universidad de Antioquia
- Año 2002 [1990]

Título *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communications*

Autor THOMPSON, John B.

Editorial Stanford University Press

Año 1980

Título *Los media y la modernidad*

Autor THOMPSON, John B.

Editorial Paidós

Año 1998 [1997]

Título *La noticia como discurso*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Paidós

Año 2001 [1980]

Complementaria

Título "La antigua retórica", en: *La aventura semiológica*.

Autor BARTHES, Roland

Editorial Paidós

Año 2009

Título *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet*

Autor EDO B., Concha

Editorial Comunicación Social

Año 2002

Título "La columna periodística: algunas ideas"

Autor FORNEAS F., María Celia, en: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.9; pp. 139-158

Editorial Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid

- Año 2003
- Título *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*
- Autor GOMÍS, Lorenzo
- Editorial Paidós
- Año 1991
- Título *Hacia un país de lectores. Sociología de la lectura*
- Autor GONZÁLES, Osmar
- Editorial En: <http://librosperuanos.com/autores/osmar-gonzales12.html> (rev. 23/03/07)
- Año 2005
- Título *Comparing Media Systems. Three models of media and politics*
- Autor HALLIN, Daniel C. y Paolo MANCINI
- Editorial Cambridge University Press y en:
al http://books.google.com/books/about/Comparing_media_systems.html?id=954NJC hZAGoC (01/12/2011)
- Año 2004
- Título *El marco del lenguaje*
- Autor JAKOBSON, Roman
- Editorial FCE
- Año 1996 [1956]
- Título "El País frente a los atentados del 11-S norteamericano: «acriticismo» y alineamiento discursivo con la postura estadounidense"
- Autor JARQUE, José M. , en: *Andamios*, vol. 2, n.3; diciembre, pp.23 - 50
- Editorial Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Año 2005
- Título *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*
- Autor JENSEN, Klaus B. (ed.)
- Editorial Routledge

- Año 2002
- Título "El asedio a los periodistas mexicanos". Conferencia en Columbia University, Nueva York (octubre de 2008);
- Autor JUNCO, Alejandro; en: Revista *Este país*, n.215, febrero; pp.35-38
- Editorial *Este país*
- Año 2009
- Título *Logic and Contemporary Rhetoric*
- Autor KAHANE, Howard
- Editorial Wadsworth
- Año 1988
- Título *Los periodistas*
- Autor LEÑERO, Vicente
- Editorial Joaquín Mortíz
- Año 1978
- Título *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*
- Autor MARCHESE, Angelo y Joaquín FORRADELAS
- Editorial Ariel
- Año 1991
- Título "Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos"
- Autor MARTÍNEZ Albertos, José Luis; en CANTAVELLA, Juan y José Francisco SERRANO (coords.): *Redacción para periodistas: informar e interpretar*, pp.51-75
- Editorial Ariel
- Año 2004
- Título *La invención de la comunicación*
- Autor MATTELART, Armend

- Editorial Siglo XXI
Año 1995 [1994]
Título *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*
Autor McQUAIL, Denis
- Editorial Paidós
Año 2000 [1983]
Título *La argumentación*
Autor PLANTIN, Christian
- Editorial Ariel
Año 1998 [1996]
Título "Modernidades, otredades, entre-lugares"
Autor PRATT, Mary Louise, en: revista *Desacatos* n.3, primavera
- Editorial CIESAS
Año 2000
Título *Horizontes fragmentados; comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*
Autor REGUILLO C., Rossana
- Editorial ITESO
Año 2005
Título *Dirección estratégica de empresas de comunicación*
Autor SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso
- Editorial Cátedra
Año 2000
Título "La Antigua retórica" (lecciones del curso de 1942); en *Obras completas* t.XIII
Autor REYES, Alfonso

Editorial F.C.E.

Año 1960 [1942]

Título *Macrostructures. An Interdisciplinary Study of Global Structures in Discourse, Interaction, and Cognition*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Lawrence Erlbaum Associates

Año 1980

Título *Racismo y análisis crítico de los medios*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Paidós

Año 1997

Editorial F.C.E.

Año 1960 [1942]

Título *Macrostructures. An Interdisciplinary Study of Global Structures in Discourse, Interaction, and Cognition*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Lawrence Erlbaum Associates

Año 1980

Título *Facismo y análisis crítico de los medios*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Paidós

Año 1987

- Editorial Siglo XXI
- Año 1995 [1994]
- Título *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*
- Autor McQUAIL, Denis
- Editorial Paidós
- Año 2000 [1983]
- Título *La argumentación*
- Autor PLANTIN, Christian
- Editorial Ariel
- Año 1998 [1996]
- Título "Modernidades, otredades, entre-lugares"
- Autor PRATT, Mary Louise, en: revista *Desacatos* n.3, primavera
- Editorial CIESAS
- Año 2000
- Título *Horizontes fragmentados; comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*
- Autor REGUILLO C., Rossana
- Editorial ITESO
- Año 2005
- Título *Dirección estratégica de empresas de comunicación*
- Autor SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso
- Editorial Cátedra
- Año 2000
- Título "La Antigua retórica" (lecciones del curso de 1942); en *Obras completas* LXIII
- Autor REYES, Alfonso

- Año 2002
- Título "El asedio a los periodistas mexicanos". Conferencia en Columbia University, Nueva York (octubre de 2008);
- Autor JUNCO, Alejandro; en: Revista *Este país*, n.215, febrero; pp.35-38
- Editorial *Este país*
- Año 2009
- Título *Logic and Contemporary Rhetoric*
- Autor KAHANE, Howard
- Editorial Wadsworth
- Año 1988
- Título *Los periodistas*
- Autor LEÑERO, Vicente
- Editorial Joaquín Mortíz
- Año 1978
- Título *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*
- Autor MARCHESE, Angelo y Joaquín FORRADELAS
- Editorial Ariel
- Año 1991
- Título "Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos"
- Autor MARTÍNEZ Albertos, José Luis; en CANTAVELLA, Juan y José Francisco SERRANO (coords.): *Redacción para periodistas: informar e interpretar*, pp.51-75
- Editorial Ariel
- Año 2004
- Título *La invención de la comunicación*
- Autor MATTELART, Armand

- Año 2003
- Título *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*
- Autor GOMÍS, Lorenzo
- Editorial Paidós
- Año 1991
- Título *Hacia un país de lectores. Sociología de la lectura*
- Autor GONZÁLES, Osmar
- Editorial En: <http://librosperuanos.com/autores/osmar-gonzales12.html> (rev. 23/03/07)
- Año 2005
- Título *Comparing Media Systems. Three models of media and politics*
- Autor HALLIN, Daniel C. y Paolo MANCINI
- Editorial Cambridge University Press y en:
al http://books.google.com/books/about/Comparing_media_systems.html?id=954NJC hZAGoC (01/12/2011)
- Año 2004
- Título *El marco del lenguaje*
- Autor JAKOBSON, Roman
- Editorial FCE
- Año 1996 [1956]
- Título "El País frente a los atentados del 11-S norteamericano: «acriticismo» y alineamiento discursivo con la postura estadounidense"
- Autor JARQUE, José M. , en: *Andamios*, vol. 2, n.3; diciembre, pp.23 - 50
- Editorial Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Año 2005
- Título *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*
- Autor JENSEN, Klaus B. (ed.)
- Editorial Routledge

Título *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communications*

Autor THOMPSON, John B.

Editorial Stanford University Press

Año 1990

Título *Los media y la modernidad*

Autor THOMPSON, John B.

Editorial Paidós

Año 1988 [1997]

Título *La noticia como discurso*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Paidós

Año 2001 [1980]

Complementaria

Título "La antigua retórica", en: *La aventura semiológica*.

Autor BARTHES, Roland

Editorial Paidós

Año 2009

Título *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet*

Autor EDO B., Concha

Editorial Comunicación Social

Año 2002

Título "La columna periodística: algunas ideas"

Autor FORNEAS F., María Celia, en: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.9; pp. 139-158

Editorial Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid

- Título "Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas"
- Autor SÁNCHEZ Ruiz, Enrique
- Editorial Universidad de Guadalajara, en: *Revista Universidad de Guadalajara* n.20, otoño
- Año 2000
- Título *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*
- Autor SANTAMARÍA S., Luisa y María Jesús CASALS C.
- Editorial Fragua
- Año 2000
- Título "Periodistas en la cuerda floja"
- Autor SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso, en *Cuadernos de información*, 19; pp. 56-61.
- Editorial Pontificia Universidad Católica, Santiago de Chile
- Año 2006
- Título *Homo videns*
- Autor SARTORI, Giovanni
- Editorial Taurus
- Año 1998
- Título "A Balance Between Imitation and Contrast: What Makes Newspapers Successful? A Summary of Internationally Comparative Research"
- Autor SCHÖENBACH, Klaus; en: *Journal of Media Economics*, vol. 17, Issue 3
- Editorial Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Año 2004
- Título *Bases de la investigación cualitativa*
- Autor STRAUSS, A. y J. CORBIN
- Editorial Universidad de Antioquia
- Año 2002 [1990]

- Título "Fuentes de información y credibilidad periodística"
- Autor MAYORAL, Javier, en: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.11; pp.93-102.
- Editorial Universidad Complutense de Madrid
- Año 2005
- Título *Falacias y Medios de Comunicación. El discurso como arma*
- Autor NOCETTI, Óscar
- Editorial Humanitas
- Año 1990
- Título *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*
- Autor PERELMAN, Chaim y L. OLBRECHTS-TYTECA
- Editorial Gredos
- Año 2006 [1989]
- Título *La mirada en el cristal. La información en televisión*
- Autor RODRÍGUEZ PASTORIZA, Francisco
- Editorial Fragua
- Año 2003
- Título *La prensa, pasado y presente de México*
- Autor RUIZ Castañeda, María del Carmen (coord.)
- Editorial UNAM Instituto de Investigaciones Bibliográficas
- Año 1990
- Título *Manual de estructura de la información*
- Autor SÁNCHEZ-BRAVO Cenjor, Antonio
- Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.
- Año 1992

- Año 2010
Título *Un pacto global*
Autor HELD, David
Editorial Taurus
- Año 2005
Título *El País o la referencia dominante*
Autor IMBERT, Gerard y José VIDAL BENEYTO (coords.)
Editorial Mitre
- Año 1986
Título *The Social Semiotics of Mass Communication*
Autor JENSEN, Klaus B.
Editorial Sage
- Año 1995
Título *Elementos de retórica literaria*
Autor LAUSBERG, Heinrich
Editorial Gredos
- Año 1998 [1963]
Título *El artículo de opinión. Introducción a la historia y la teoría del articulismo español*
Autor LEÓN Gross, Teodoro
Editorial Ariel
- Año 1996
Título *Los patrones de la argumentación. La argumentación en los clásicos y en el siglo XX*
Autor MARAFIOTI, Roberto
Editorial Biblos
- Año 2003

a 15) (Unidad 1) editorializantes : noticias
actuales

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Título *Teoría general de la información*
Autor ABRIL C., Gonzalo
Editorial Cátedra
Año 1997
- Título *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*
Autor ARMAÑANZAS, Emy y J. DÍAZ
Editorial Servicio editorial de la Universidad del País Vasco
Año 1996
- Título *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*
Autor BUSTAMANTE, Enrique (coord.)
Editorial Gedisa
Año 2003
- Título *La galaxia internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*
Autor CASTELLS, Manuel
Editorial Areté
Año 2001
- Título "Discurso periodístico: una propuesta analítica"
Autor GUTIÉRREZ Vidrio, Silvia; en revista: *Comunicación y Sociedad*, n.14, julio – diciembre; pp.169 - 198
Editorial Universidad de Guadalajara

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Descripción y análisis de los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Las empresas de noticias	Responsabilidad editorial y discurso periodístico	En el laberinto de la libertad	Procesos informativos posibles en la globalización
Objetivo	Nombrar y describir las fuentes noticiosas de referencia	Identificar casos de conflictos editoriales de intereses	Interpretar los tipos de discursos: persuasivos, publicitarios y propagandísticos	Discernir entre prácticas reales, deseables e indeseables
Contenido	Identificación de marcos, recursos, prácticas y gestores significativos.	Estudio de la credibilidad noticiosa como estímulo y rasgo del prestigio.	Diseño y construcción de indicadores para el análisis del discurso editorial de las empresas noticiosas.	Formulación de propuestas de discursos.
Producto de la unidad	Catálogo razonado de empresas de noticias (de 5	Ampliación y cruce de datos con Catálogo	Presentación de indicadores para el análisis en la crítica de 5 textos	Redacción de 3 editoriales o textos de opinión sobre

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Problematización de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Gilberto Magaña Hernández
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	1 de Diciembre 2011

2. COMPETENCIA

Identificar, describir y analizar los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio y las explicaciones a ellos presentadas.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Los gestores de contenidos por sus prácticas, estructura administrativa, recursos.
	Los procesos administrativos y editoriales: su contexto y las responsabilidades.
	Estructuras discursivas.
	Relaciones entre poder (interés) y opinión pública.
	Conceptos de información, técnica, persuasión, publicidad y propaganda.
	Los reglamentos y la ética.
Habilidades	Documentación, análisis, interpretación y argumentación.
Actitudes	Pluralismo, Tolerancia, Lealtad.
Valores ¹	Respeto a la ley; Solidaridad; Libertad.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

Producto de la unidad	Reporte de las áreas, unidades o secciones que conforman el proceso de producción informativa	Base de datos o vaciado de resultados de la aplicación de la encuesta	Diagnóstico general de los procesos de producción informativa en un medio.
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Básica**
- AGUILAR ELÍAS, Laila Patricia (1994) El papel de un editor en la elaboración de noticieros para Notisistema, informe sobre Experiencia Profesional. Guadalajara: ITESO.
- BRACHO GONZÁLEZ, Teresa (1978) Estudio sobre la evolución y difusión de noticias en la Ciudad de México, tesis Universidad Iberoamericana. México.
- CASTELLANOS RODRÍGUEZ, Marcela María del Rocío (1985) Cómo se elabora la nota informativa para un diario nacional. México: Universidad Anáhuac.
- HERNÁNDEZ RAMÍREZ, María Elena (1991) "La producción de noticias en una organización radiofónica lapatía: Notisistema" en Aceves, Arredondo y Luna (comps.) Radiodifusión Regional en México. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (1992) ¿Qué son las noticias? Guadalajara
- (1995) La producción noticiosa. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CEIC. Colección Estado, Cultura y Sociedad.
- KRIPPENDORFF, Klaus (1990) Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós.
- LALINDE POSADA, Ana María (1992) "La noticia construcción de la realidad". en Comunicación, identidad e integración latinoamericana, t. II. Las industrias culturales. México: Opción.
- Tuñez, Miguel y Guevara, Melitón (2009): "Framing por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 1.030 a 1.044.
http://www.revistalatinacs.org/09/art/878_USC/79_145_Tunez_y_Guevara.html
- Tejedor Calvo (2008). Estudios sobre el Mensaje Periodístico
<http://america.sim.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110617A/12017>
 Biblioteca Complutense | Servicio de Publicaciones
- Salavarría, Ramón (año). ¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE LA CONVERGENCIA DE MEDIOS? Universidad de Navarra.
<http://www.almendron.com/cuaderno/varios/medoc-0411-01.pdf>

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: El estudiante elabora un diagnóstico general de los procesos de producción informativa en un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Los procesos de producción informativa	Las prácticas en los procesos de producción informativa	Análisis y diagnóstico de las formas de producción
Objetivo	Identificará los procesos que conforman la cadena de producción de la información	Realizará trabajo de campo con el fin de analizar las prácticas y procesos de producción de información en un medio	Elaborará un diagnóstico de las formas de producción informativa
Contenido	*Teorías sobre la producción de noticias *Cambios o tendencias en las dinámicas de producción informativa	*Diseño de encuesta o entrevista para identificar las prácticas de producción informativa en un medio *Aplicación de la encuesta o entrevista	*Evaluación de resultados de la encuesta o entrevista *Identificación de las fortalezas y debilidades en las formas y prácticas de la producción informativa

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Diagnóstico de las formas de producción informativa
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	30/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante diagnóstica los procesos de producción informativa de un medio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	-Teorías sobre la producción de noticias -Formas de producción informativa -Organización para la producción informativa -Mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias Diagnosticar
Habilidades	Espíritu crítico, capacidad analítica y habilidades de comunicación oral y escrita
Actitudes	Reflexiva, de liderazgo, activa, sociable, gestionaora y original.
Valores ¹	Responsabilidad, ética periodística, compromiso social

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

· Mattelart, Armand (2005). *La batalla de los medios, entrevista de Atilio Borón a Armand Mattelart*. CLACSO, Buenos Aires.

· Zapata, Rafael (2008). *El campo de la comunicación*. ITESO.

Complementaria · De Fleur, Melvin y Ball-Rockeach, Sandra (2000). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

· McQuail, Denis (1999). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

· Maigret, Eric (2006). *Sociología de la comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica.

· Martín-Barbero, Jesús (2004). *De los medios a las mediaciones*. Caracas: Convenio Andrés Bello.

· Zillman, Dolf y Bryant, Jennings (1998). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Producto de la
unidad

Ensayo crítico

Ensayo crítico

Ensayo crítico

Ensayo crítico

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Mattelart, Armand y Mattelart Michéle (2006). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Mattelart, Armand y Neveau, Erik (2006). *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós.

Wolf, Mauro (1996). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

Fuentes, Raúl (2004). Comunicación, cultura, sociedad: fundamentos conceptuales de la posdisciplinariedad, en *Tram(p)as de la comunicación*, No. 1.

González, Jorge (2005). De la pila hasta el océano: comunicación y estudios de la cultura en México, en *Tram(p)as de la comunicación*, No. 1.

González, Rodrigo (2011). A 55 años de la irrupción de los líderes de opinión, *Razón y palabra*, no 75.

Orozco, Guillermo y González, Rodrigo (2012).

Una encrucijada metodológica. México: Inktablet.

Wolf, Mauro (1994). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Wolf, Mauro (1996). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

Vidales, Carlos (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación*. México: CAEIP

Contenido

sea capaz de dar cuenta de los orígenes teóricos de la comunicación como una problemática constitutiva de lo social	sea capaz de dar cuenta de las principales causas históricas de la emergencia de la comunicación como campo organizado y especializado del saber social	Que el alumno sea capaz de reconocer los principales puntos en el debate acerca de la comunicación como campo, disciplina o ciencia	Que el alumno sea capaz de reconocer las principales tendencias teóricas actuales y su pertenencia a paradigmas anteriores o emergentes
Pensamiento social clásico y las intuiciones comunicativas de la organización social	La institucionalización de los estudios comunicacionales El debate sobre el objeto de los estudios comunicacionales	La crisis de las ciencias sociales La crisis objetual del episteme comunicacional	Ecología de la comunicación Estudios culturales latinoamericanos
La sociedad de redes y flujos	El funcionalismo norteamericano	La comunicación como campo, disciplina o ciencia	Sistémica de la comunicación
Psicosociología de las masas	La escuela crítica de Frankfurt	La estructura de las revoluciones científicas	
Aguja hipodérmica	Pensamiento crítico norteamericano	Los estudios culturales	
Público fantasma		La economía política	
Ecología social de Chicago			

	Curiosidad para seguir profundizando en este campo básico del saber comunicacional
Valores ¹	Tenacidad para seguir el desarrollo de una historia en evolución
	Motivación para encontrar la aplicabilidad de estos saberes

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFILE DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Estado de la cuestión sobre nuevos modelos y canales comunicativos
-------------	--------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Las grandes intuiciones sobre el componente comunicativo de lo social	La consolidación del campo comunicativo en los saberes de lo social	El debate actual sobre el estatuto científico de la comunicación como saber	Los paradigmas actuales
Objetivo	Que el alumno	Que el alumno		

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación
Programa al que pertenece	Licenciatura nivelación en periodismo
Experto disciplinar	Rodrigo González Reyes
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/11/11

2. COMPETENCIA

El estudiante conoce las diferencias y características de los principales modelos y paradigmas de la comunicación históricos y actuales.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Contexto histórico de los principales modelos y paradigmas de la comunicación
	Contexto epistemológico de los principales modelos y paradigmas de la comunicación
	Contexto de aplicación de los principales modelos y paradigmas de la comunicación
Habilidades	Identificar la diferencia entre modelo y paradigma
	Identificar las diferencias epistemológicas entre los principales modelos y paradigmas históricos de la comunicación
	Identificar la propuesta epistemológica de principales modelos y paradigmas actuales de la comunicación
Actitudes	Objetividad para dar cuenta de los detalles diferenciadores epistemológicos
	Flexibilidad para encontrar comunes denominadores epistemológicos

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Unidad 1:

Aguiar, Henoeh (2010). *Lo digital en la sociedad del conocimiento*, en Instituto de Estudios sobre Comunicación (Ed.). Buenos Aires: La crujía.

Amado, Adriana (2008). *Auditoría de la comunicación*. Buenos Aires: La crujía.

González, Rodrigo (2012). *Las necesidades de información en la organización*. Universidad de Guadalajara (material diseñado para este curso).

González, Rodrigo (2012). *Mapa de públicos*. Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (material diseñado para el curso).

Mancini, Pablo (2011). La audiencia, en Mancini, Pablo (Aut.) *Hackear el periodismo* (37 – 54). Buenos Aires: La crujía.

Igarza, Roberto (2008) Introducción, en Roberto Igarza (Aut.) *Nuevos medios: estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La crujía.

Ortega, Sergio (2007). Evolución del perfil de usuario: usuario 2.0. *No sólo Usabilidad*, No. 6.

Prado Miguel Ángel (2010). *Información y documentación, dos recursos estratégicos para la empresa*, XI Jornadas Española de Documentación, No. 15.

Video: Hábitos de consumo de información de los internautas.

Animal político:

http://www.youtube.com/watch?v=B_MYRBRhiYI

o

<http://www.animalpolitico.com/2011/08/habitos-de-consumo-de-informacion-de-los-internautas-2/>

Complementaria

Barbosa, Marialva (2004). Público: sustantivo, adjetivo y verbo. *Signo y pensamiento*, 45, 105 – 113.

Brandolini, Alejandra y González, Martín (2008). *Comunicación interna*. Buenos Aires: La crujía.

Navarro, Fidela (2009). *Del ágora al rating*. México: Porrúa (extracto).

	estudiante identifique las principales actividades de información en una organización	estudiante identifique los principales niveles de organización de las actividades de información en una organización	conozca las estrategias básicas en el diagnóstico y mejora de servicios de información para las audiencias de la organización	conozca los principios básicos en la diversificación de servicios de información para las audiencias de la organización
Contenido	Las actividades de información en la organización	Servicios de información no comercial	Auditoría de la comunicación	Servicios de información por canal
	Actividades informativas para públicos internos	Servicios de información comercial	Identificación de audiencias Análisis de usabilidad	Servicios de información por función
	Actividades informativas para públicos externos		Análisis de hábitos de consumo de información	Servicios de información por economía de recursos
Producto de la unidad	Reporte de tipificación de actividades de información en la organización	Reporte de actividades predominantes de información en la organización	Primera parte de Bitácora de proceso de implementación del proyecto de mejora de servicios informativos	Segunda parte de Bitácora de proceso de implementación del proyecto de mejora de servicios informativos

- Valores¹
- Tenacidad para llegar al fondo de los problemas informativos
 - Creatividad en la resolución de conflictos informativos
 - Ecuanimidad en la toma de discusiones
 - Perseverancia en la búsqueda de soluciones

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

5. PRODUCTO INTEGRADO/H

Descripción: Bitácora del proceso de implementación del proyecto de mejora de los servicios informativos

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Tipificación de las actividades de información en la organización	Niveles de organización de las actividades de información en la organización	Mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización	Diversificación de los servicios de información para las audiencias de la organización
Objetivo	Que el	Que el	Que el alumno	Que el alumno

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 2: mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias
Programa al que pertenece	licenciatura Nivelación en periodismo
Experto disciplinar	Rodrigo González Reyes
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	01/12/11

2. COMPETENCIA

El estudiante mejora y diversifica los servicios informativos de las audiencias de una organización

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Tipificación de las actividades de información en la organización-Niveles de organización de las actividades de información en la organización-Diversificación y mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Identificar las formas de tipificación de las actividades de información en la organización-Identificar niveles de organización de las actividades de información en la organización-Identificar las necesidades de diversificación y mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Perspicacia para identificar las variaciones en las necesidades de información

Básica

CARRIZO, G.: Manual de fuentes de información. Madrid: CEGAL, 1994

- CODINA, L. Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos. *Revista Española de Documentación Científica*. 2000. vol. 23, n. 1, p. 9-44.

- CODINA, L. Parámetros e indicadores de calidad para la evaluación de recursos digitales. En *Jornadas Españolas de Documentación (7, 2000, Bilbao)*. La gestión del conocimiento: retos y soluciones de los profesionales de la información. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2000. p. 135-144.

- MERLO VEGA, José Antonio: La evaluación de la calidad de la información web: aportaciones teóricas y experiencias prácticas. En *Recursos informativos: creación, descripción y evaluación*. Mérida: Junta de Extremadura, 2003. p. 101-110. (Sociedad de la información, 8). Disponible en Web: <http://exlibris.usal.es/merlo/escritos/calidad.htm>

- New York University. Bobst Library. How to evaluate Information [en línea] < <http://library.nyu.edu/research/tutorials/evaluate> > [Consulta: mayo 2005]

- Iowa State University. Library. Evaluación de páginas web [en línea] <http://www.lib.iastate.edu/commons/resources/evaluation/index_esp.html> [Consulta: mayo 2005]

Complementaria

"Cómo evaluar fuentes de información". Universidad de Málaga, Biblioteca Universitaria (en línea): <http://www.uma.es/ficha.php?id=78348>

			investigación)
Objetivo	Localizar la información publicada sobre el tema a investigar	Analizar y contrastar la información y las fuentes para verificar que sean veraces y de calidad	Redactar el estado de la cuestión (antecedentes) del tema a investigar
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> -Qué se ha publicado sobre el tema que voy a investigar -Búsquedas avanzadas de información sobre el tema en Internet -Búsquedas de libros, revistas o reportes académicos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Verificación de fuentes -Contrastación de datos -Selección final de las fuentes de información que se incluirán en los antecedentes de la investigación 	<ul style="list-style-type: none"> -Sistematización y análisis crítico de la información y las fuentes consultadas -Cómo citar las fuentes consultadas
Producto de la unidad	Mapa conceptual donde se detalle el tipo de fuentes e información localizada que se consultará.	Borrador del estado de la cuestión (antecedentes) del tema a investigar.	Estado de la cuestión (antecedentes) sobre el tema a investigar).

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Valores¹

- Tolerancia a las críticas
- Respeto a las diferencias de opinión y honestidad intelectual.
- Precisión y concisión
- Veracidad
- Ética periodística
- Solidaridad para trabajar en equipo
- Respeto a los puntos de vista diferentes

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción

Estado de la cuestión (antecedentes o contextualización) del tema sobre el cual se realizará una investigación periodística.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Investigación y documentación del tema a investigar	Evaluación de recursos y fuentes	Redacción del estado de la cuestión (antecedentes de la

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Contextualización de la investigación periodística
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	30 noviembre de 2011

2. COMPETENCIA

Que el estudiante contextualice a través de la documentación y análisis de información el tema sobre el cual planea realizar una investigación periodística.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	-Documentación de información
	-Búsquedas avanzadas de información
	-Contrastación y verificación de la información
Habilidades	-Para la investigación y búsqueda de información
	-Para contrastar y verificar datos
	-Para reflexionar y comprender información
	-Para sintetizar
Actitudes	-Interés para investigar
	-Apertura para trabajar bajo presión
	-Autocrítica, para mejorar lo realizado
	-Creativa, para generar nuevos contenidos

Planning

Martín G. Álvarez Torres

Conceptos de administración estratégica

Fred R. David

Fundamentos de administración: conceptos esenciales y aplicaciones

Stephen P. Robbins, David A. De Cenzo - 2009

Administración

Stephen P. Robbins - 2005

DIRECCION Y PLANIFICACION ESTRATEGICAS EN LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES : UN ...

Andrés Fernández Romero - 2004

Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas

Kathy Matilla - 2008

Video [http://video.google.com/videoplay?docid=-](http://video.google.com/videoplay?docid=-8844119693217626547)

[8844119693217626547](http://video.google.com/videoplay?docid=-8844119693217626547)

Complementaria

Objetivo	Analizará las relaciones funcionales y de procesos que conforman la cadena de valor en su medio	Identificar los modelos y las herramientas que se utilizan para gestionar las principales áreas funcionales en su medio	Elaborar un diagnóstico del medio donde labora
Contenido	- Características y estructura organizacional	- Dirección estratégica.	- Plantillas y gráficas sobre modelos de análisis
	- Tipología de relaciones funcionales y de comunicación	- La comunicación interna en la empresa.	- Formatos y plantillas sobre técnicas de intervención
		- Procesos administrativos de planificación,	
		marketing, finanzas,	
		recursos humanos,	
		operaciones,	
		innovación y tecnología	
Producto de la unidad	Descripción de la organización en la que trabaja y deberá contextualizarla incluyendo los procesos internos.	Identificación de los actores clave de los procesos institucionales de la organización donde labora y análisis de los procesos organizacionales	Reporte sobre la análisis y sistematización de los procesos organizacionales del medio donde labora.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Gerencia y planeación estratégica Escrito por Jean Paul Sallenave

Manual De Planeacion Estrategica/ Manual of Strategic

Actitudes

Actitud crítica para identificar los problemas y oportunidades en la organización.

Valores¹

Responsabilidad en el cumplimiento de los compromisos y funciones.

Consecuentes en la práctica con los valores y servicios que promueve su organización.

¹Aludir no sólo a valores universalas, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción El estudiante elabora un diagnóstico de las funciones y políticas organizacionales y administrativas de un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Estructuras y diseño organizativo	Modelos de análisis de la administración	Diagnóstico corporativo

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Norma Cerda
Asesor pedagógico	Mtra. Carmen Coronado
Fecha de elaboración	25/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante analiza las funciones y políticas organizacionales y administrativas un medio

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Modelos de organizaciones.
	Metodología de análisis institucional.
	Técnicas de diagnóstico.
	Elaboración de estrategias operacionales.
Habilidades	Promover estrategias y servicios novedosos para presentar resultados acordes a los fines de la organización.
	Manejo de técnicas de medición de indicadores de mejora en los procesos de la organización.
	Identificar problemas vinculados con los procesos de una organización.

2005 *Análisis del proceso de la Iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica*, Universidad de Guadalajara, México.

Olguín, Francisco

2007 *Democracia y Medios de Comunicación en América Latina*, Secretaría de Gobernación, México.

Ortega, Patricia

2006 *La otra televisión, por qué no tenemos televisión pública*, UAM-Editorial E, México.

Romo, Cristina

1990 *La otra radio, voces débiles, voces de esperanza*, Fundación Manuel Buendía - IMER, México.

Sánchez, Enrique

2005 *Medios de Comunicación y Democracia*, Grupo Editorial Norma, Colombia.

Trejo, Raúl

2008 "Azcárraga Jean, protegido de Zedillo", en *Revista Zócalo*, marzo de 2008, México, DF.

Pomares, México.

Mejía Barquera, Fernando

- 1989 *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (1920-1960)*, Fundación Manuel Buendía, México.

Suprema Corte de Justicia de la Nación

- 2007 *¿Qué son las acciones de inconstitucionalidad?*, Suprema Corte de Justicia de la Nación, México.

Trejo, Raúl

- 2002 "15 mentiras del Gobierno y la CIRT", en *Revista Zócalo*, noviembre de 2002, México, DF.

- 2004 *Poderes salvajes: Mediocracia sin contrapesos*, Editorial Cal y Arena, México.
Villamil, Jenaro

- 2007 "Poder-dinero-medios y elecciones" en Vázquez Federico & Moritz Jürgen, *El triángulo de las bermudas: el financiamiento de la política en México*, Fundación Friedrich Ebert Stiftung, México.

Complementaria

Ávila Pietrasanta, Irma; Calleja Gutiérrez, Aleida; Solís Leere, Beatriz

- 2002 *No más medios a medias*, fundación Friederich Ebert-México, Senado de la República, México.

Castro Leal, Antonio

- 1969 "Radio y televisión", en: *Los medios de comunicación de masas en México*, Serie Estudios 10, UNAM, México.

Hernández, Francisco & Orozco, Guillermo

- 2007 *Televisión en México, un recuento histórico*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

Lay Arellano, Israel Tonatiuh

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

Alva, Alma Rosa & Esteinou, Javier (Coordinadores)

2010 *La Ley Televisa*, UAM-Senado da la República, México.

Calleja, Aleida

2007 "Acción de Inconstitucionalidad ¿qué es y por qué se presentó?", archivo de audio, <http://sonoridades.amarcMexico.org/>

Cantú, María Elena

2005 *Medios y poder. El papel de la Radio y la Televisión en la Democracia Mexicana*, Grupo Editorial Norma, México.

Corral, Javier & Arredondo, Pablo

2007 *La Ley Televisa: balance y perspectiva*, Universidad de Guadalajara-AMEDI, México.

Cremoux, Raúl

1982 *La legislación mexicana en radio y televisión*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.

Fernández Christlieb, Fátima

1982 *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos Editor, México.

2007 "¿Cómo se constituyó Televisa en un poder fáctico?", en: *Revista Nexos* 352, México, D.F., abril de 2007.

Gutiérrez López, Roberto

2005 *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política, el caso mexicano*, UAM-Ediciones

		(LFT) de 2006.	
Contenido	El marco normativo previo a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyT) de 1960.	La mesa para la reforma integral de los medios electrónicos de comunicación del año 2000.	La Acción de inconstitucionalidad de la "Ley Televisa".
	La LFRyT 1960.	El decreto de reforma al reglamento de la LFRyT de 2001 y la iniciativa ciudadana.	El dictamen Sotelo-Beltrones (2009) y la iniciativa Corral-Madero (2010).
		La propuesta de reforma a la LFRyT y LFT de 2005.	
		La génesis de la "Ley Televisa"	
Producto de la unidad	Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la Ley Federal de Radio y TV de 1960.	Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la "Ley Televisa".	Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del dictamen Sotelo-Beltrones y de la iniciativa Corral-Madero.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Ensayo de análisis contextual del marco legal y constitutivo a través de la metodología de casos.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Antecedentes de la legislación de medios.	La reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión de 2008.	La acción de inconstitucionalidad en contra de la "Ley Televisa" y las propuestas legislativas posteriores.
Objetivo	El alumno conocerá el marco normativo, y su contexto sociopolítico, que antecede a la actual legislación de medios.	El alumno conocerá el contexto sociopolítico y los principales actores del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la reforma a la LFRyT y a la Ley Federal de Telecomunicaciones	El alumno conocerá el proceso de la discusión de la Acción de inconstitucionalidad en contra de la "Ley Televisa" y las propuestas legislativas posteriores en la materia.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Fundamentación legal de los medios en México
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Israel Tonatiuh Lay Arellano
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/11/11

2. COMPETENCIA

Pensamiento crítico, reflexivo y analítico sobre los actores y procesos del contexto de discusión, génesis y aplicación de la legislación de los medios en nuestro país.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento de la génesis legislativa• Conocimiento de los procesos de discusión en torno a la legislación de medios• Conocimiento del contexto del impacto de la legislación de medios en la vida cotidiana
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad reflexiva acerca de los procesos sociopolíticos en la discusión de la legislación de medios• Crítica sobre los procesos de impacto en la aplicación de la legislación de medios
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Interés por el contexto sociopolítico de la génesis y aplicación de la legislación de medios
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">• Ética periodística• Compromiso social a favor del interés común

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

Methodologies. London, England: Routledge, pp. 1-11.

Machado Elías y Palacios Marcos (2003). *Modelos de Jornalismo Digital*. Brasil: Facultad de Comunicación, Universidad Federal de Bahía, Ediciones GJOL.

Martínez Rodríguez, Lourdes (2004). Nuevos contenidos, nuevas rutinas, nuevo lenguaje: la reconversión del periodista hacia el comunicador digital, en Aguado, Juan .M. (coord.) (2004). *E-comunicación. Dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*. Sevilla: Comunicación y Sociedad Ed.

Complementaria

Armenta Vizuela, José et al (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.

Hernández. Ramírez, María Elena (2004). "Mirada sociológica al periodismo mexicano" en *Revista Mexicana de Comunicación* [En línea Junio de 2008]. Disponible en www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/mirada.htm.

_____. (1997). "Sociología del Periodismo: Una Introducción" en Hernández, M. Elena (Compiladora). *Antología Sociología del Periodismo*. México: UdeG, CUCSH, DECS, pp. 15-23.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompSubir etencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Avogadro, Marisa (2004). "NTIC, Convergencia, Tecnología Multimedia...algunas aproximaciones", en *Revista Razón y Palabra* No. 41, octubre [En línea, julio de 2008] Disponible en www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2004/octubre.html .

Baltazar Paz, Luis Enrique. (2006). "Sistemas Geatores de Contenidos. Disponible" en *Mati Sobre la tetra Digital* [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.mati.unam.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=75&Itemid=49.

Burch, Sally (2005). "Palabras en juego" en Ambrosi et al. *Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. Ed C&F Editions.

Castells, Manuel (2006a). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Vol. I (7ª ed.)*. México: Siglo XXI Editores.

Flores Vivar, Jesús y Arruti, Alberto Miguel (2001). *Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. México: Limusa

Fundación Opti (2004). "El futuro de los medios de Comunicación ante el impacto de las nuevas tecnologías" en *Estudio de Investigación del Observatorio de Prospectiva Tecnológica industrial*. [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.opti.org/publicaciones/pdfs/medios_comu.pdf.

Jensen, Klaus Bruhn (2002). "Introduction: The state of convergence in media and communication research" En *A Handbook of media and Communication research: Qualitative and Quantitative*

	encuentra su medio.	espacio de producción informativa que le permita intervenir de manera sustentada y lograr acceder con un medio propio en el mercado de la información.	
Producto de la unidad	Reporte sobre las debilidades y fortalezas de la empresa con datos sustentados en material leído que argumente dicho análisis.	Construir un reporte sobre alguna(s) propuesta(s) teórica(s) adecuada(s) a las necesidades de su empresa o que mejor reflejen y argumenten la implementación de una mejoría.	Producto integrador. Proyecto teórico metodológico que exponga las características de un medio en particular inserto en una dinámica social (que le determina) en el que se incluya todos los procesos anteriores correspondientes a la constitución del medio interno - externo.
	Elaborar un cuadro de identificación de necesidades y características existentes y compararlo con mejorías deseadas.	Una vez construido el abordaje anterior presentar un reporte con datos metodológicos sobre las actuales particularidades de los procesos y espacios de producción informativa, así como de las estrategias de vinculación y comercialización del contexto y tiempo actual.	

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de las audiencias
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Sergio René de Dios Corona
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	dd/mm/aa

2. COMPETENCIA

El estudiante será capaz de planificar, diseñar, organizar, aplicar, supervisar y renovar la agenda informativa de una empresa o institución periodística con base en el interés de las audiencias.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	La Agenda Setting Sociología de la producción de mensajes
Habilidades	Diseño de agendas informativas Diseño de políticas editoriales Organización y conducción de equipos de reporteros Planificación de coberturas periodísticas concretas
Actitudes	Curiosidad permanente Apertura a nuevas temáticas informativas Tomar decisiones rápidas y precisas Analítica de fenómenos periodísticos Apertura al trabajo bajo presión
Valores ¹	Verdad periodística

Pluralidad

Trabajo en equipo

Respeto al derecho a estar informado

Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Diseñar, aplicar, supervisar y evaluar la agenda informativa, durante dos días seguidos, de diez reporteros, tres fotógrafos y dos video reporteros que laboren para una empresa multimedia

Definir políticas editoriales para la cobertura informativa de una empresa periodística

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La agenda informativa, su teoría e importancia,	El proceso informativo y la planeación de coberturas informativas	Estrategias Informativas	
Objetivo	Analizar el sustento teórico de la agenda informativa,	Analizar las fases de la producción noticiosa, la organización	Comprender las estrategias de cobertura informativo para el diseño	

	de las audiencias y los factores que intervienen en la planeación	de reporteros y fotógrafos, los criterios editoriales y los escenarios de trabajo	de la agenda
Contenido	<p>Informativa</p> <p>La agenda Informativa</p> <p>Agenda Setting</p> <p>Sociología de la producción de mensajes</p> <p>Información exclusiva y colectiva</p>	<p>Fases del proceso de la producción noticiosa.</p> <p>Tipos de salas de redacción.</p> <p>La organización de los equipos de reporteros, fotógrafos y video reporteros.</p> <p>Criterios editoriales básicos.</p> <p>Escenarios de las coberturas periodísticas.</p>	<p>Las distintas estrategias informativas de seguimiento de hechos noticiosos</p>
Producto de la unidad	Reporte del análisis de la agenda informativa de una sección de tres medios	Reporte del análisis de la producción noticiosa de un medio informativo, la	Reporte del análisis de las estrategias aplicadas en una sección local de un medio durante

durante tres días. organización de su equipo y los escenarios cotidianos. tres días.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Albormoz, L. A. (2007). Periodismo digital. *Los grandes diarios en la red*. Buenos Aires. Editorial La Crujía.

De Dios Corona, S. (1998). Rastreado las noticias. Universidad del Valle de Atemajac.

De León Vázquez, Salvador. (2003). La Construcción del Acontecer. Análisis de las Prácticas Periodísticas. Universidad Autónoma de Tamaulipas. CONEICC. Universidad de Guadalajara.

Fogel, Jean-Francois; Patiño, Bruno. (2005). *La Prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*. Punto de Lectura. España.

López, Manuel. Cómo se fabrican las noticias. (1995). Fuentes, selección y planificación. Paidós Papeles de Comunicación.

Lozano Rendón, José Carlos. (1996). Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas. Alhambra. México.

Michel, Guillermo. Para leer los medios. Prensa, radio, cine y televisión. (2000). Editorial Trillas. México.

Núñez Bustillos, Juan Carlos; De Dios Corona, Sergio René. (2005). Ser Noticia. Prensa y Sociedad Civil. Instituto Mexicano de Desarrollo Comunitario, Consejo de Educación de Adultos de América Latina, Taller Editorial La Casa de Mago. México.

Pavlik, John V. (2005). El periodismo y los nuevos medios de comunicación. Editorial Paidós. Barcelona.

Rodríguez Díaz, R. (2004). Teoría de la Agenda Setting.

aplicación a la enseñanza universitaria. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales:
<http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf>

Complementaria

Hernández Ramírez, María Elena. (1992). ¿Qué son las noticias? *Comunicación y Sociedad* 14-15: 235-250. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara.

Hernández Ramírez, María Elena. (1995) *La producción noticiosa*. Universidad de Guadalajara. México.

McCombs, M. (1996). "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo". En Bryant, J. y Zillman, D. (1996), (1994)) *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Paidós, Barcelona, p. 13-34.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 3. Mejoramiento de la organización (diagnóstico)
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Exparto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	29/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante realiza un diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Los conocimientos adquiridos en materias anteriores- Diagnóstico de procesos y funciones editoriales- Diagnóstico de procesos administrativos- Diagnóstico de las formas de producción informativa- Análisis de las funciones y políticas administrativas del medio
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Para diagnosticar procesos y funciones administrativas y editoriales-Para evaluar-Organizar y manejar el tiempo
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Curiosidad para romper paradigmas..-Propositivo-Autocrítica
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">-Honestidad

- Responsabilidad en el manejo del tiempo
- Compromiso para la entrega de las etapas del diagnóstico
- Ética periodística
- Uso responsable de los derechos de autor.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Etapas 1	Etapas 2	Etapas 3	Etapas final (4)
Título	Diagnóstico de las funciones y políticas editoriales de un medio	Diagnóstico de los procesos de producción informativa de un medio	Diagnóstico de las funciones y políticas administrativas de un medio	Entrega del diagnóstico general de los procesos editoriales y administrativos del medio

Objetivo	Integrar al diagnóstico general la parte que avalúa las funciones editoriales	Integrar al diagnóstico general la evaluación sobre los procesos de producción informativa	Integrar al diagnóstico general la evaluación de las funciones y políticas administrativas de un medio	Redactar y revisar el diagnóstico general
Contenido	-Cómo se trabaja en la redacción de un medio - Organigrama general de la redacción	-Cómo se producen las noticias -Etapas en los procesos de producción informativa	-Estatutos y documentos oficiales donde se establezcan o declaren las políticas administrativas del medio	
Producto de la unidad	Diagnóstico de las funciones editoriales	Diagnóstico descriptivo de los procesos de producción del medio	Evaluación de las políticas administrativas del medio	Diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Avogadro, Marisa (2004). "NTIC, Convergencia, Tecnología Multimedia...algunas aproximaciones", en *Revista Razón y Palabra* No. 41, octubre [En línea, julio de 2008] Disponible en www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2004/octubre.html .
- Castells, Manuel (2006a). *La Era de la Información: economía,*

sociedad y cultura. La sociedad red. Vol. 1 (7ª ed.).
México: Siglo XXI Editores.

-Fundación Opti (2004). "El futuro de los medios de Comunicación ante el impacto de las nuevas tecnologías" en *Estudio de Investigación del Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial*. [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.opti.org/publicaciones/pdfs/medios_comu.pdf.

-Machado Elías y Palacios Marcos (2003). *Modelos de Jornalismo Digital*. Brasil: Facultad de Comunicación, Universidad Federal de Bahía, Ediciones GJOL.

Complementaria

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de la percepción y necesidades de los consumidores de información periodística
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Jade Ramírez Cuevas Villanueva
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El alumno analiza la percepción de los consumidores de información periodística, para mejorar sus productos noticiosos y lograr que se atiendan ciertas necesidades en un marco de inclusión y pluralidad.

*encontrarla con algún tipo de enfoque (sustentable, derechos)

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Métodos de investigación• Investigación cuantitativa• Investigación cualitativa• Diseño de encuesta y consultas• Manejo de porcentajes• Perfiles de audiencia por tipo• Comportamiento de audiencias• Consumo y preferencia cultural• Focus group• Rating
Habilidades	Reconocer la pluralidad Saber atender peticiones Saber leer realidades
Actitudes	Interés por aprender

	: Autocrítica y auto-evaluativa
Valores ¹	: Respeto, atención, inclusión, ética profesional.

¹ Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

El alumno obtendrá la capacidad de saber diagnosticar los perfiles de consumidores de productos informativos y orientar mejor sus contenidos y la calidad de la información que difunde según las necesidades de su audiencia.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	: Diagnóstico que integre tanto la percepción de los consumidores de productos periodísticos como las nuevas necesidades que tienen sobre lo que se oferta y podría ofertarse respecto a temáticas, formatos, géneros periodísticos, perfiles de audiencia, característica de productos, modelos de comunicación y temporalidades.
-------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título				
	Métodos de Investigación	Investigación cuantitativa	Investigación cualitativa	
Objetivo	Que el alumno conozca las maneras en que puede obtener información en números y características, sobre los perfiles de audiencia y lo que éstas prefieren o necesitan.	Que el alumno diseñe y realice investigación porcentual sobre las preferencias, carencias o necesidades que no están siendo cubiertas.	Que el alumno diseñe y realice investigación temática o focalizada sobre lo que prefiere o necesita el consumidor de productos periodísticos a	

			partir de cierto resultado numérico o estadístico
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> *Métodos científicos. *Características y herramientas para cada tipo de investigación *Tipos de encuesta. *Consulta telefónica. *Buzón de sugerencias *Tipos de perfil de consumidor de acuerdo a cada herramienta de investigación 	<ul style="list-style-type: none"> *Estadísticas *Rating *Agrupación de resultados *Comparativo numérico. *Tópico *Validación de resultados 	<ul style="list-style-type: none"> *Consumo y preferencia cultural en diferentes escalas. *Focus group *Análisis de resultados *Análisis actancial (macros) *Comportamiento de audiencias sobre modelos de comunicación (tipo de narrativa, duración, entregas y temporalidad, maneras de transmisión o entrega de un producto).
Producto de la unidad	Diseño de una herramienta de estudio.	Mejora y aplicación de la herramienta diseñada.	Diseño de investigación temática sobre preferencias de consumo a un cierto perfil de audiencia.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Lenon Legun, *Etnicidad Virtual* (2011) Editorial Gedisa.

Galindo Cáceres, Luis Jesús. (1998). *Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Pearson Adison Wesley Longman.

CONACULTA/SEP. *Encuesta Nacional de Consumo Cultural 2010*.

CONAPRED. *Encuesta Nacional de Discriminación 2011*.

Seth Godin, *La vaca púrpura* (2006). Editorial Gedisa.

Martínez Martín, Valentín-Carlos, *Diseño de Encuestas de Opinión* (2003). Ra-Ma librería y editorial, España.

Julien Greimas. *Del sentido II* (1989), ed en español, Gredos.

Julien Greimas. *Semiótica de las pasiones* (1994), ed en español, Gredos.

Complementaria

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Innovación en la difusión Informativa
Programa al que pertenece	Nivelación de la Licenciatura de Periodismo
Experto disciplinar	Jade Ramírez Cuevas Villanueva
Asesor pedagógico	Carmen Coronado
Fecha de elaboración	25/noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El alumno innovará con estrategias focalizadas la difusión de productos periodísticos para lograr mayor impacto en comunidades específicas sobre la información generada y difundida. La propuesta deberá encuadrarse con enfoque sustentable, derechos ciudadanos...

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Gestión Cultural• Marketing social• Contextualización de problemáticas documentadas periodísticamente.• Difusión formal y alternativa en radio, prensa escrita y televisión.• Análisis de perfiles y audiencias• Manejo y administración de directorios y contactos de instituciones, ONG's, OSC's, empresas, servicios especializados, programas académicos.• Organización de eventos masivos presenciales y virtuales.• Producción y edición de compilados periodísticos digitales y físicos.• RSS, redes sociales, blogs, sitios web.
Habilidades	Conocer contextos sociales Analizar posibilidades de distribución Capacidad de experimentación fuera de la redacción periodística
Actitudes	

Creativa.

Valores¹

Respeto, atención, inclusión.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

El alumno obtendrá los conocimientos suficientes para diseñar una estrategia que difunda materiales y productos periodísticos que innoven la manera de acceder y consumir información noticiosa fuera de los espacios tradicionales.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Estrategia para difundir y dar a conocer ampliamente en espacios muy diversos, productos o investigaciones periodísticas de largo aliento o espacios informativos según formatos, géneros periodísticos, perfiles de audiencia, característica de productos, modos de comunicación y temporalidades.

5. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Gestión y Marketing Cultural	Formación de Públicos y organización de eventos	Edición de productos y redes sociales	
Objetivo	Que el alumno conozca las herramientas y	Que el alumno tras identificar	Que el alumno diseñe y realice	

	alcances de la gestión cultural para difundir efectivamente productos de información periodística, fuera de su emisión y salida habitual.	tipos de públicos o audiencia, diseñe y realice eventos de difusión como alternativa para dar a conocer ampliamente los resultados de una investigación periodística	productos de comunicación en diversos formatos para divulgar en espacios alternativos producción noticiosa.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> •Introducción y teoría de la Gestión Cultural •Marketing social •Contextualización de problemáticas documentadas periodísticamente. •Difusión formal y alternativa en radio, prensa escrita y televisión. Consumo y preferencia cultural en diferentes escalas. (Casos específicos). 	<ul style="list-style-type: none"> •Análisis de perfiles y audiencias •Manejo y administración de directorios y contactos de instituciones, ONG's, OSC's, empresas, servicios especializados, programas académicos. •Organización de eventos masivos presenciales y virtuales. 	<ul style="list-style-type: none"> *Producción de audio y video *Becas de financiamiento o coinversión *Campaña de difusión focalizada *Lenguajes y narrativas para la innovación de formatos y entrega de un producto.
Producto de la unidad	Propuesta de caso a difundir con bases y argumentos.	Diseño de campaña de difusión alternativa e innovadora	Producción de material o materiales a crear por estrategia o campaña a emprender.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica : Derrick de Kerckhove, Inteligencias en Conexión (1999). Editorial

Complementaria

Gedisa.

CONACULTA/SEP, Atlas de infraestructura cultural de México (2003).

Pierre Bourdieu, Razones Prácticas. (no tengo el año). Anagrama.

Victor Roura, Cultura, ética y prensa (2001). Croma, Paidós.

Diccionario crítico de política cultural e imaginario, Teixeira Coelho (2000). ITESO/CNCA.

El arte del mercado del arte, Miguel Peraza (2008), Miguel Porrúa.

Las industrias culturales y el desarrollo en México, Ernesto Piedras (2007).

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Vinculación comercial e interinstitucional
Programa al que pertenece	Nivelación de licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Norma Lilia Cerda Martínez
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	2/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante será capaz de elaborar estrategias de vinculación y comercialización con organizaciones de medios, agencias de noticias y otras instituciones sociales para generar convenios y vínculos que le ayuden a consolidar el trabajo informativo.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Estrategias de vinculación comercial Relaciones públicas Redes de trabajo e intercambio de información
Habilidades	Espíritu crítico, capacidad analítica y habilidades de comunicación oral y escrita, instrumentar, elaborar y aplicar estrategias diversas
Actitudes	Reflexiva, de liderazgo, activa, sociable y original.
Valores ¹	Responsabilidad, ética periodística, compromiso social

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. CUMPLIMIENTO GENERAL DEL PERIODO DE INGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación y vinculación de una organización informativa con instituciones y organizaciones externas en las áreas administrativa y de producción editorial.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: El estudiante elabora y propone estrategias de vinculación comercial, de la producción informativa.

6. RECORRIDO DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Por qué generar vínculos	Estrategias comerciales y de vinculación	Plan estratégico de vinculación y comercialización
Objetivo	Identificar las necesidades y metas de la organización, así como los actores y organizaciones para establecer vínculos estratégicos	Definirá las estrategias comerciales y de vinculación que desea establecer para su medio.	Elaborará un plan estratégico de comercialización y vinculación con organizaciones e instituciones de acuerdo con metas y perfil del medio
Contenido	La importancia de generar vínculos con actores y organizaciones externas Metas u objetivos de la empresa periodística Identificación de organizaciones	Medios estratégicos para la vinculación Estrategias de vinculación comercial Redes de trabajo e intercambio de	Convenios estratégicos con organizaciones externas Relaciones públicas

	instituciones para establecer vínculos	información	
Producto de la unidad	Mapa conceptual o PowerPoint donde se presenten las metas y objetivos de las organizaciones, así como la lista de organizaciones e instituciones con las que sería pertinente (de acuerdo a las metas y objetivos) establecer convenios o vínculos.	Identificación y explicación de los diversos componentes que considerará para la propuesta de vinculación comercial	Propuesta de las estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

BIBLIOGRAFÍA

- Básica**
- Prahalad C. K. *Estrategia en el siglo XXI (2010) Ediciones Deusto.***
http://books.google.es/books?id=jRhgEWiz1TOC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- SAINZ Jose Maria, De Vicuña (2006), *El plan de marketing en la práctica.***
- Mattelart Armand, Multigner Gilles (2007) *La comunicación-mundo: historia de las ideas y de las estrategias.* Siglo XXI Editores**
<http://books.google.com/books?id=agU-bMCIQAQC&printsec=frontcover&hl#v=onepage&q&f=false>
- Munuera Jose Luis, y otros. (2007) *Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección*
http://books.google.es/books?id=aj7wABSD7-MC&printsec=frontcover&dq=estrategias+de+marketing&hl=es&ei=PA_ZTr-iFdT1sQL71qTrDQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CDcQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false
- Prahalad C. K. *La fortuna en la base de la pirámide: cómo crear una vida digna y aumentar ... (2005) dit. Granica*

http://books.google.es/books?id=MjntAttdtJQC&pg=PA308&dq=perspectiva+comercial&hl=es&ei=tQ7ZTuCFLYX_sQLb-5GCDg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=10&ved=0CGAQ6AEwCQ#v=onepage&q=perspectiva%20comercial&f=false

Video. Nuevas estrategias comerciales <http://youtu.be/WqP2WGM7M2A>

Video. Mesa redonda: ¿Fusiones o estrategias comerciales comunes?
<http://youtu.be/p-poL1tluNQ>

Video. Cosimo Chiesa: Claves para mejorar la estrategia comercial
<http://youtu.be/sKLFcLJ4SN8>

Complementaria : De la Rica, Enrique (2000) *Marketing en Internet*. Edit. Esic Editorial, Madrid
<http://redgiga.com/documentacion/marketingeninternet.pdf>

Tellis, Gerard J., Redondo, Ignacio (2002) *Estrategias de publicidad y promoción*.
<http://148.201.96.14/dc/ver.aspx?ns=000166552>

Kotler Philip, Roberto Eduardo L. *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*
<http://bit.ly/rJuNZG>

Datos generales del curso

Nombre del curso	Diseño y técnicas para la Investigación periodística
Programa al que pertenece	Nivelación en periodismo
Experto disciplinar	Mtro. Héctor Farina Ojeda
Asesor pedagógico	Ana Xochitl Castañeda Salcedo
Fecha de elaboración	24 de noviembre de 2011

Competencia

El estudiante diseñó un proyecto de investigación, con sus respectivas técnicas y estrategias para obtener la información requerida para profundizar en la búsqueda de los temas que contribuyan a una sociedad mejor informada.

Atributos de la competencia

Conocimientos	Planificación de un tema de investigación periodística, elección de fuentes, técnicas de recolección de información y conocer las formas de acceso a la información.
Habilidades	Analizar la realidad de forma crítica pero veraz, indagar a profundidad, detectar temas de interés por su contenido y no por su capacidad de venta.
Actitudes	De apertura y respeto.
Valores ¹	Investigar los hechos. Respetar la propiedad intelectual. Buscar la veracidad de la información.

¹Ajudir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

Competencia del perfil de egreso con la que se vincula o apoya

Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Producto final del curso

Descripción Diseño del proyecto de investigación periodística que contenga:
Delimitación del tema, fuentes a consultar, estrategias y técnicas para obtener la información periodística, así la planificación de cómo difundir la investigación

6. RECORDE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	El camino a recorrer entre la idea y la investigación	Las herramientas adecuadas para cada ocasión	Entre la planeación y la realidad
Objetivo	Aprender a planificar una investigación periodística	Conocer el uso y la aplicación de las técnicas periodísticas para la obtención de información.	Clasificar las fuentes del periodismo de investigación, así como establecer las formas de acceso. Producto final: Integrar el proyecto de investigación periodística.
Contenido	Planificación de una investigación periodística: temas de investigación, delimitación.	Las técnicas de investigación: entrevista, observación, rastreo de documentos, etc.	Las fuentes del periodismo de investigación: personales, documentales, gubernamentales, no gubernamentales, las fuentes off y on the

Producto de la unidad	Proyecto de investigación periodística.	Cuadro sinóptico con las diferentes técnicas y las fuentes en las que se recomiendan.	record. Mapa mental de fuentes a ser consultadas para la realización de la investigación. Producto final: Diseño de un proyecto de investigación.
-----------------------	-----------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Abril, Natividad (sf). "El reportaje interpretativo" (pp. 65-88). En *Información interpretativa en prensa*. España: Síntesis. eriodismo de investigación. Teoría y Práctica. Editorial Síntesis, España

Faundes, Juan Jorge (2003) "Periodismo de Investigación en Sudamérica: obstáculos y propuestas". Sala de Prensa N. 58., agosto de 2003. Documento en línea disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art475.htm>

Grijelmo, Alex (2008). "El título del reportaje" (pp. 480-493). En *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.

Gorriti, Gustavo (2010) "Periodismo de investigación y defensa personal". Documento en línea, disponible en HYPERLINK "<http://www.saladeprensa.org/art1029.htm>" <http://www.saladeprensa.org/art1029.htm>

Klein, Darío (2001). "El papel del periodismo de investigación en la sociedad democrática". En *Razón y Palabra*. N. 22, mayo – julio. Documento en línea: (HYPERLINK "http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n22_dklein.html")

Parratt, F. Sonia (2003). *Introducción al reportaje: Antecedentes, actualidad y perspectivas*. España: Universidad de Santiago de Compostela.

Complementaria

Quesada, Montserrat (1987). *El periodismo de investigación. El caso español*. Barcelona: Editorial Ariel.

Randall, David (2008). "Periodismo de investigación". En *El periodista Universal*. España: Editorial Siglo XXI

Requejo Alemán, José Luis (2010) "¿Cómo se financia el periodismo de investigación en Estados Unidos?". Documento en línea disponible en <http://www.saladeprensa.org/art1030.htm>

Reyes, Gerardo (2007). "Intersticios del periodismo de investigación". En *Sala de Prensa*, documento en línea: www.saladeprensa.org/art12.htm

----- (2005). *Periodismo de Investigación*. México: Trillas; tercera reimpresión.

Rodríguez, Pepe (1994). *Periodismo de Investigación, técnicas y estrategias*. España: Paidós.

Saad, Anuar (2001). *El reportaje*. Documento en línea disponible en <http://www.saladeprensa.org/>

Santoro, Daniel (2004). *Técnicas de investigación. Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica, colección Nuevo Periodismo

Quesada, Montserrat (1997). *Periodismo de Investigación o el derecho a denunciar*. Barcelona: Editorial Cims'97.

Eloy Martínez, Tomás (1997) "Periodismo y narración", Conferencia ante la asamblea de la SIP el 26 de octubre de 1997, en Guedalajara, México. Documento en línea disponible en <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=2877>

Wolfe, Tom (1994). *El nuevo periodismo*. Barcelona: Anagrama.

Datos generales del curso

Nombre del curso Proyecto 1 (Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información)

Programa al que pertenece Nivelación de Licenciatura en Periodismo

Experto disciplinar Mtro. Héctor Farina Ojeda

Asesor pedagógico

Fecha de elaboración 24 de noviembre de 2011

Competencia

El estudiante comunica por medio de técnicas y los nuevos canales de información la información de interés general en el contexto de la sociedad de la información.

Atributos de la competencia

Conocimientos	Planificación del proyecto de investigación periodística, elaboración de instrumentos, aplicación de las técnicas necesarias para la recolección de información, creación de productos multimedia, aprovechamiento de los diversos canales de difusión.
Habilidades	Investigar información de interés, llegar a las fuentes propicias, de redacción e incorporación de los diferentes elementos multimedia.
Actitudes	Creatividad
Valores¹	Respeto a la promoción de un nuevo mundo de la información y la comunicación. Buscar la precisión y al rigor investigativo.

Competencia del perfil de egreso a la que se vincula

Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo. Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación. Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.

Producto final del curso

Descripción Reportaje de investigación periodística, presentado en formato multimedia, y que contenga además una planificación de difusión a través de los nuevos canales: Internet, redes sociales y otras plataformas digitales.

Ensayo reflexivo, basado en un diario o cuaderno de notas, sobre el proceso de investigación: dificultades, ventajas y propuestas de mejora.

RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Partir de cero	Sumergirse en las aguas del proyecto	El proceso de reducción y apreciación de la información	Revelar el producto en el momento y lugar adecuado
Objetivo	Diseñar un proyecto de investigación periodística.	Producir y obtener información para un reportaje de investigación.	Redactar y producir un reportaje en formato multimedia.	Planificar mecanismos de difusión para plataformas en línea.
Contenido	Planificación, delimitación y	El trabajo de campo:	La construcción del reportaje de	La difusión: herramientas y

	elección de técnicas y fuentes para la investigación.	producción y recolección de información.	investigación: redacción y producción en formato multimedia.	canales digitales para acceder a las audiencias.
Producto de la unidad	Proyecto de investigación periodística	Cuadro sinóptico con las principales actividades del diario de campo acompañado de alguna evidencia	Presentación del producto multimedia sobre el reportaje periodístico	El lanzamiento del reportaje por medio de diversos canales digitales

Bibliografía

Básica

Camino Marcat, José (1997) *Periodismo de investigación. Teoría Práctica*. Editorial Síntesis, España.

Faundes, Juan Jorge (2003) "Periodismo de Investigación en Sudamérica: obstáculos y propuestas". Sala de Prensa N. 58., agosto de 2003. Documento en línea disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art475.htm>

Fernández, Juan José (2008) *Prensa especializada actual*. McGraw Hill, Madrid, España.

Grijelmo, Alex (2008). "El título del reportaje" (pp. 480-493). En *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.

Gorriti, Gustavo (2010) "Periodismo de investigación y defensa personal". Documento en línea, disponible en <http://www.saladeprensa.org/art1029.htm>

Complementaria

Rojo Villada, Pedro Antonio (2005) *Producción periodística y nuevas tecnologías*, Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España.

Datos generales del curso

Nombre del curso **Optimización de los procesos y espacios de producción informativa**

Programa al que pertenece **Nivelación de Periodismo**

Experto disciplinar **Mtro. Héctor Farina Ojeda**

Asesor pedagógico

Fecha de elaboración **24 de noviembre de 2011**

Competencia

El estudiante aprovecha los recursos tecnológicos con miras a optimizar el proceso de producción noticiosa, tanto en la recolección de información como en la selección de los recursos que se usarán para la producción de noticias.

Atributos de la competencia

Conocimientos **Recursos tecnológicos, procesos de producción noticiosa, selección de herramientas digitales para recolección de información.**

Habilidades **Utilizar herramientas tecnológicas para buscar y procesar información, planificar las noticias en función de las necesidades del medio.**

Actitudes **Creatividad**

Valores¹ **Respeto a la promoción de un nuevo mundo de la información y la comunicación. Buscar la precisión y el rigor investigativo.**

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

Competencia del perfil de egreso con la que se vincula

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

Producto final del curso

Descripción Proyecto para el mejoramiento de los mecanismos de producción noticiosa que incluya: uso de tecnología para búsqueda y procesamiento de información, y planificación de las noticias en función de los recursos tecnológicos para llegar a las audiencias.

RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	La tecnología como factor de optimización en el periodismo	La tecnología y la planificación editorial	Nuevos medios y nuevos procesos de producción
Objetivo	Conocer los recursos tecnológicos que permitan optimizar el proceso de recolección de información.	Aprender a planificar las noticias en función de las necesidades de difusión.	Aprender a planificar nuevos medios, con mejores procesos de producción noticiosa.
Contenido	Recursos tecnológicos para búsqueda y producción de información.	La planificación editorial conforme a las necesidades de difusión tecnológica: audio, video, fotos, etc.	Planificación de un nuevo medio: propuesta para el mejoramiento de la rutina de producción noticiosa.
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico con las principales herramientas tecnológicas usadas por el periodista, sus usos y beneficios para la producción noticiosa.	Presentación de la planificación de una noticia, donde se establezcan qué recursos tecnológicos se utilizarán y la manera de difundir la noticia en medios digitales.	Proyecto de un nuevo medio de comunicación, con una descripción de los procesos que se usarán para producir contenidos periodísticos.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

- Básica**
- Cea Esteruelas, María Nereida (2009): "Modelo de negocio de la empresa periodística en Internet: El caso de Prisa", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 938 a 950. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna.
- Cebrián Herreros, Mariano (2010) (director), *Desarrollos del periodismo en Internet*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, España.
- Edo, Concha (2002) *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet (2002)*. Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España
- Yus, Francisco (2010) *Ciberpragmática 2.0 Nuevos usos del lenguaje en Internet*, Ariel, España.
- Rojo Villada, Pedro Antonio (2005) *Producción periodística y nuevas tecnologías*, Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España
- Salaverría, Ramón (2003). "Convergencia de los medios", *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasquí*, marzo, número 081. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador, pp 32-39
- Salaverría, Ramón (2005). *Redacción periodística en Internet*. Barcelona, España. EUNSA, Colección comunicación
- Complementaria**
- Meso Ayerdi, Koldobika (2003). "Nueva profesión: el periodista digital". *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasquí*, marzo, número 081. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito Ecuador. Pp 4-11. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16008101>
- Van Weezel, Aldo (2011), "Hacia dónde va la industria de periódicos", en *Asociación Nacional de la Prensa*, Chile. Disponible en http://www.anp.cl/estudios/112-estudios-anp-aldo-van-weezel?sms_ss=twitter&at_xt=4ddc27b7e3d5e3e8,0

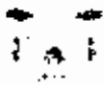
ANEXO 4. MINUTAS DE REUNIONES PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS



Universidad de Guadalajara Sistema de Universidad Virtual Centro de Formación en Periodismo Digital

Minuta

MINUTA			
Asunto	Programa de Nivelación en Periodismo	Lugar	Sala de Video Conferencias
Fecha	Ciclo de Marzo de 2011	Nivelación	19:35hrs
No. de Reunión	(1)	Presencial reunión	Hora programada
No.	Orden del día	Asistentes	Responsable
Fecha programada			
1	Programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo	<p>Se trabajó y se logró en la identificación de problemáticas problemáticas actuales que se encuentran en la profesión de periodismo, delimitando puntos fuertes y débiles del programa, para el efecto de la matriz curricular se trabajó bajo el siguiente orden:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Situación actual. 2) Líneas de intervención. 3) Perfil de egreso. 4) Competencias de egreso. 5) Competencias específicas. 6) Líneas de intervención. <p>Para Ramiro facilitará los tres diagnósticos nacionales que ya existen sobre el mismo, se revisarán todos los diagnósticos y se dará un voto de mayoría sobre los mismos.</p>	N/A
			Jesse Ramirez
		Se planteó la necesidad de realizar un diagnóstico a nivel de la periferia que complementa a informar un ya existente	Todos
			Per confirmar



PROGRAMA DE NIVELACION EN PERIODISMO

4 de marzo de 2011
Sala de Videoconferencias
(Proc. 5 del Edificio Administrativo)

Lista de Asistentes

Candida Contreras Navarro

Carmen Lourdes Gastardo

Maria Inés Uribe Nunez

Jose Antonio Dargado Valdivia

Hector Claudio Palma Ojeda

Maria Eugenia Garcia Gómez

Inka Joyce Benstein

Rosalba Urzúo Murillo

Rafael Fierro Richard Varela



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN
CALLE 100 N. OFICINA 1001
BOGOTÁ, D.C. TEL: 374 4000



Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Minuta

MINUTA

Programa de Investigación en Periodismo	Lugar	Sala de Video Conferencia
Fecha	Horario	Inicio Final
25 de Marzo de 2011	17:00hrs	19:30hrs
No. de Sesión	Por quién	Nota propuesta
42	Por quién	17:00 hrs

No.	Orden del día	Asesoría	Resolución	Fecha completado
1	Problemática y matriz de contenido para la Nivelación de Licenciatura en Periodismo	Se revisó la lista de intervención de la agenda de la sesión y se definió el contenido a ser analizado en el programa de nivelación. Se continuó con la sesión la semana siguiente de acuerdo al calendario de nivelación.	Todos	Próxima reunión
		Se revisó la lista de intervenciones y líneas estratégicas que valdrán para avanzar con la identificación de las competencias genéricas.	Intervenciones presentadas	N/A



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a segunda reunión
25 DE MARZO DE 2011
Guadalajara, Jalisco

Marta Helena Chan Núñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalva Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elena Richard Varela

Jude Ramirez

Hector C. Farina Ojería

Elkiasayo Benstán



Proyecto de Nivelación de Licenciatura en Periodismo

(Reuniones 4 y 25 de marzo de 2011)

Problemática identificada o descrita por expertos en el campo periodístico:

- Indefinición de las líneas editoriales en los medios
- Indefinición de las agendas noticiosas de los medios
- Falta de medios de calidad a nivel regional
- Muchos individuos regionales subordinados al poder político sobreviven por recibir dinero gubernamental, no sobreviven por publicidad, se supeditan a dinero que el gobierno les facilita
- **Falta de independencia del medio**
- Falta de agencias informativas regionales
- Concentración de medios y falta de opciones informativas independientes
- Sociedad desinformada, o parcialmente informada
- Falta de posicionamiento de la información local en la agenda de medios nacionales
- Desconocimiento de las agendas ciudadanas por parte de los medios en general
- Desconocimiento de las problemáticas de las ciudades pequeñas, aislamiento, falta de acceso a la agenda mediática por parte de los ciudadanos
- Falta de visión global y conexión de lo regional en lo global
- Descontextualización de la información, poca investigación y profundización en las causas de los problemas o asuntos que se informan
- No hay sentido de apropiación de la información por parte de la sociedad
- La gente no gestiona su información, quiere que se la entreguen digerida
- Exceso de información en Internet
- Pocos lectores en los medios impresos y en general de noticias en México
- Falta de participación ciudadana en asuntos democráticos
- Falta de iniciativas por parte de periodistas para generar sus propios medios
- Medios concentrados y preocupados más en lo comercial que en lo informativo o editorial
- Falta de medios públicos realmente independientes

LÍNEAS DE INTERVENCIÓN

Problemática	Línea de intervención
Falta de medios de calidad	Gestión de la calidad
Falta de medios con responsabilidad social	Definición de políticas Organización Administración
Centralismo en la información	Procurar Protección y seguridad del periodista Indagación y definición de agenda social

<p>Dependencia de los medios a los poderes políticos, económicos, religiosos...</p> <p>Excesiva concentración de medios y falta de regulación</p> <p>La información no se presenta para ser apropiada y así la gente</p> <p>Falta de cultura informativa en la población</p>	<p>Independencia,</p> <p>Empresedurismo</p> <p>Creación de tercer sector</p> <p>Periodismo en línea</p> <p>Gestión de comunidades: ofrecimiento de productos con los que las comunidades se identifiquen</p> <p>Planteamiento de reglas para los medios, promoción de regulaciones</p> <p>Promoción de las propuestas del usuario</p> <p>Promoción de la producción de contenidos del usuario por las propuestas locales/cercanas</p> <p>Provocación: Capacidad de propuesta de los temas para provocar al usuario</p>
<p>Exceso de producción de información por diversos actores sin documentación, fundamentación</p>	<p>Formación de audiencias,</p> <p>Procesamiento, organización de la información producida por las audiencias</p>
<p>Necesidades justificadas frente a la información por parte de distintos tipos de usuarios</p> <p>Falta de fundamentación, contrastación, investigación</p> <p>Falta de precisión en el reporteo</p> <p>Necesidad de diversificación de los temas de interés público</p> <p>Nece. asistir denuncia de problemas o situaciones que requieren observación, escritura o movilización a la acción</p> <p>Falta de información para la toma de decisión</p> <p>Confusión ante cantidad de información</p> <p>Excesiva información</p> <p>Excesiva información</p>	<p>Gestión de servicios digitales de información personalizados</p> <p>Investigación; gestión de información</p> <p>Producción creativa</p> <p>Narrar,</p> <p>Uso de manuales de estilo</p>



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

MINUTA

No.	Orden del día	Asuntos	Responsable	Fecha de cumplimiento
		Programa de Actualización Periodismo 16 de Abril de 2011 No. de Registro: 02	Lugar: 30 de Abril 2011 Conferencia Hora Inicio: 14:00 hrs Hora final: 17:00 hrs	
		Por continuar		
1	Análisis de competencias a través de matrices propuestas para la nivelación	Se trabajó en la revisión de las matrices y matrices propuestas por los asistentes con la intención de trabajar con ellas de tal manera que se puedan utilizar y practicar con ellas y propuestas de otros.	N/A	13 de mayo
		Se acordó el día de la semana para las reuniones de trabajo que se hagan en las oficinas de todos los presentes.		
		Se trabajó en la nueva matriz en la que se rediseñarán las propuestas de matrices o unidades de aprendizaje que se proponen en el curso de periodismo digital de nivelación.		13 de mayo
		Se acordó la estructura en tres módulos de 120,00 de competencias, técnicas y prácticas.		
		Se envió a la Mrs. Rosalva Orozco de Torres el correo semana por correo electrónico el día de hoy y matrices de actualización pensadas para el día de hoy y mayo y de junio y en la próxima semana se actualizará por todos durante de últimas reuniones de trabajo.		14 de abril



Centro de Formación en Periodismo Digital



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO

Asistencia a la segunda reunión

8 DE ABRIL DE 2011

Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Núñez

Carmer Coronado Gallardo

Rosalia Crocco Murillo

Claudia K. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdívula

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elzsa Richard Varela

Lade Ramírez

Róbert C. Farino Ojeda

Elka Llovo Benislán



**CENTRO DE FORMACION
EN PERIODISMO DIGITAL**

Carretera Anterope
Km. 1.5, Zona
Cívica, Guadalajara,
Jalisco

Tel: 33 36 24 11 11
Ext: 2000
Fax: 33 36 24 11 11
E-mail: info@cefdj.org

<http://www.cfdjperiodismodigital.org>

CEFDJ
CENTRO DE FORMACION
EN PERIODISMO DIGITAL



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



PROGRAMA DE NIVELACION EN PERIODISMO
Asistencia a la 1ª reunión
8 DE ABRIL DE 2011
Guadalajara, Jalisco

María Elena Chan Núñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalía Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elena Richard Varela

Jade Ramírez

Hector L. Farina Djeda

Erika Leyva Benstáin



CENTRO DE FORMACION
EN PERIODISMO DIGITAL

Carretera Anterope
Km. 1.5, Zona
Rural, Guadalajara,
Jalisco

Tel: 33 3624 1111
Ext: 33333
Fax: 33 3624 1111
E-mail: centro@cpd.udg.mx

<http://www.centroperiodismodigital.org>

CPD
CENTRO DE PERIODISMO DIGITAL



Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Minuta

Programa de Formación en Periodismo Digital		Sala de Video Conferencias	
10 de Abril de 2011	11 hrs	19:30 hrs	17:00 hrs
10	Por señalar		
MINUTA			
<p>Se trabajo en la revisión de las diversas temáticas presentadas por los asistentes a la reunión de trabajo, con el fin de dejar a una minuta que refleje las preocupaciones y propuestas de todos.</p> <p>Se acordó indicar los diversos niveles en una sola que agrupe los puntos más significativos de todas ellas.</p> <p>Se trabajara en la minuta para en la que se redactaran las propuestas de materias o unidades de aprendizaje que se propone incluir en el currículo del programa educativo de Nivelación de Licenciatura en Periodismo a través del InCPE de competencias genéricas y participativas.</p> <p>Se envió a la Mtra. Rosalva Orozco dentro de a próxima semana propuestas de mejorar las operaciones de apoyo y materias de especialización, pensando sobre todo en lo más ya desarrollada y en la problematización analizada por todos durante las Unidades Reuniones de Trabajo</p>			
1	Asamblea de campo el viernes a través de reuniones preparatorias para la nivelación	N/A	13 de mayo
		Todos los presentes	13 de mayo
		Todos	13 de mayo
		Todos	14 de abril

<p>Dependencia de los medios a los poderes político, económico, religioso</p> <p>Concentración de medios y falta de regulación</p>	<p>Independencia,</p> <p>Empresarialismo</p> <p>Creación de ferreos sector</p> <p>Periodismo en línea</p>
<p>La información no se presenta para ser apropiada por la gente</p> <p>Falta de cultura informativa en la población</p>	<p>Gestión de comunidades: ofrecimiento de productos con los que las comunidades se identifiquen</p> <p>Establecimiento de reglas para los medios, promoción de regulaciones</p> <p>Promoción de las propuestas del usuario.</p> <p>Promoción de la producción de contenidos del usuario por las propuestas locales/cercanas</p> <p>Provocación: Capacidad de propuesta de los temas para provocar al usuario</p>
<p>Fuente de producción de información por diversos actores sin documentación, fundamentación</p>	<p>Formación de audiencias,</p> <p>Procesamiento, organización de la información producida por las audiencias</p>
<p>Necesidades diversificadas frente a la información por parte de distintos tipos de usuarios</p> <p>Falta de fundamentación, contrastación, investigación</p> <p>Falta de precisión en el reporte</p> <p>Necesidad de diversificación de los temas de interés público</p> <p>Necesidad de denuncia de problemas o situaciones que requieren observación escrutinio, movilización a la acción</p> <p>Falta de información para la toma de decisiones</p> <p>Confusión ante cantidad de información</p> <p>Incertidumbre</p> <p>Desorientación</p>	<p>Gestión de servicios digitales de información personalizados</p> <p>Investigación: gestión de información</p> <p>Producción metódica</p> <p>Narrar,</p> <p>Uso de manuales de estilo</p>

Proyecto de Nivelación de Licenciatura en Periodismo

(Reuniones 4 y 25 de marzo de 2011)

Problemática identificada o descrita por expertos en el campo periodístico:

- Indefinición de las líneas editoriales en los medios
- Indefinición de las agendas noticiosas de los medios
- Falta de medios de calidad a nivel regional
- Mal periodismo regional- subordinado al poder político, sobreviven por recibir dinero gubernamental, no sobreviven por publicidad, se supeditan a dinero que el gobierno les facilita
- Falta de independencia del medio
- Falta de agencias informativas regionales
- Concentración de medios y falta de opciones informativas independientes
- Sociedad desinformada, o parcialmente informada
- Falta de posicionamiento de la información local en la agenda de medios nacionales
- Desconocimiento de las agenda ciudadanas por parte de los medios en general
- Desconocimiento de las problemáticas de las ciudades pequeñas, aislamiento, falta de acceso a la agenda mediática por parte de los ciudadanos
- Falta de visión global y conexión de lo regional en lo global
- Descontextualización de la información, poca investigación y profundización en las causas de los problemas o asuntos que se informan
- No hay sentido de apropiación de la información por parte de la sociedad
- La gente no gestiona su información, quiere que se la entreguen digerida
- Exceso de información en Internet
- Pocos lectores en los medios impresos y en general de noticias en México
- Falta de participación ciudadana en asuntos democráticos
- Falta de iniciativas por parte de periodistas para generar sus propios medios
- Medios concentrados y preocupados más en lo comercial que en lo informativo o editorial
- Falta de medios públicos realmente independientes

LÍNEAS DE INTERVENCIÓN

Problemática	Línea de intervención
Falta de medios de calidad	Gestión de la calidad
Falta de medios con responsabilidad social	Definición de políticas
	Organización
	Administración
	Procurar Protección y seguridad del periodista
Centralismo en la información	Indagación y definición de agenda social



PROGRAMA DE INTELIGENCIA EN PERIODISMO
ASISTENCIA a segunda reunión
25 DE MARZO DE 2011
Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Núñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalba Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

Jose Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio Garcia Gomez

Rosa Elena Richard Varela

Jade Ramirez

Héctor C. Farina Ojeda

Erika Loyo Beristain



CENTRO DE FORMACION
EN PERIODISMO DIGITAL

Centro de Formación
en Periodismo Digital
C.F.P.D.

Carretera Guadalajara - Toluca
Km. 10.5, Toluca, México
Tel: 01 (771) 711 1111

<http://www.centroperiodismodigital.org/>

Centro de Formación
en Periodismo Digital



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Nivelación en Periodismo 25 de Mayo del 2011		Sala de Video Conferencias	
17:00 hrs		18:00 hrs	
Por confirmar		17:00 hrs	
MINUTA			
<p>Problemática y matriz de contenido para la Nivelación de Licenciatura en Periodismo</p>	<p>Se trabajó en las líneas de intervención</p> <p>Se acordó realizar una matriz de contenido para atender en la próxima sesión de trabajo cual es la adecuada para continuar con la siguiente etapa de proceso del diseño curricular de curso de nivelación</p> <p>Se revisó la tabla de problematización y líneas estratégicas de estudio para avanzar con la identificación de las competencias genéricas</p>	<p>Temas</p> <p>Todos los presentes</p>	<p>Próxima reunión</p> <p>N/A</p>



PROGRAMA DE INVEJACIÓN EN PERIODISMO

4 de marzo de 2011
Sala de Videoconferencias
(Prac. 5 del Edificio Administrativo)

Lista de Asistentes

Claudia Contreras Navarro

Carmen Coronado Gallardo

Maria Elena Chan Nunez

José Antonio Diegado Valdivia

Rebeca Claudio Farina Oueda

Rosa Eugenia Garcia Gomez

Enka Lopez Benstein

Rosalia Orozco Morillo

Rosa Flavia Richard Varela



ANEXO 4. MINUTAS DE REUNIONES PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS



Universidad de Guadalajara
 Sistema de Universidad Virtual
 Centro de Formación en Periodismo Digital

Minuta

<p>Programa de Nivelación en Periodismo 04 de Marzo de 2011 01</p>	<p>Salida de Video Conferencia 17:15 hrs. Miércoles 23 de 2011 19:30 hrs. 17:00 hrs.</p>
<p>Programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo</p>	<p>Se trabajo y discutió en la identificación de las principales problemáticas sociales que se observan en la profesión del periodista. Delimitado algunos aspectos generales que podrían incluir en el diseño del programa. Se acordó que para el diseño de la matriz curricular se trabajará bajo el siguiente orden: 1) Problemática social. 2) Líneas de intervención. 3) Perfil de ingreso. 4) Competencias generales. 5) Competencias específicas. 6) Unidad de aprendizaje.</p>
<p>Programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo</p>	<p>Se planteó la necesidad de realizar un diagnóstico o estudio de pertinencia que complementa la información ya existente de la Universidad de Guadalajara.</p>
<p>Programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo</p>	<p>Se planteó la necesidad de realizar un diagnóstico o estudio de pertinencia que complementa la información ya existente de la Universidad de Guadalajara.</p>

- Básica**
- Cea Esteruelas, María Nereida (2009): "Modelo de negocio de la empresa periodística en Internet: El caso de Prisa", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 938 a 950. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna.
- Cebrián Herreros, Mariano (2010) (director), *Desarrollos del periodismo en Internet*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, España.
- Edo, Concha (2002) *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet (2002)*. Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España
- Yus, Francisco (2010) *Ciberpragmática 2.0 Nuevos usos del lenguaje en Internet*, Ariel, España.
- Rojo Villada, Pedro Antonio (2005) *Producción periodística y nuevas tecnologías*, Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España
- Salaverría, Ramón (2003). "Convergencia de los medios", *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, marzo, número 081. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador, pp 32-39
- Salaverría, Ramón (2005). *Redacción periodística en Internet*. Barcelona, España. EUNSA, Colección comunicación
- Complementaria**
- Meso Ayerdi, Koldobika (2003). "Nueva profesión: el periodista digital". *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, marzo, número 081. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito Ecuador. Pp 4-11. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16008101>
- Van Weezel, Aldo (2011), "Hacia dónde va la industria de periódicos", en Asociación Nacional de la Prensa, Chile. Disponible en http://www.anp.cl/estudios/112-estudios-anp-aldo-van-weezel?sms_ss=twitter&at_xt=4ddc27b7e3d5e3e8,0

Descripción Proyecto para el mejoramiento de los mecanismos de producción noticiosa que incluya: uso de tecnología para búsqueda y procesamiento de información, y planificación de las noticias en función de los recursos tecnológicos para llegar a las audiencias.

RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	La tecnología como factor de optimización en el periodismo	La tecnología y la planificación editorial	Nuevos medios y nuevos procesos de producción
Objetivo	Conocer los recursos tecnológicos que permitan optimizar el proceso de recolección de información.	Aprender a planificar las noticias en función de las necesidades de difusión.	Aprender a planificar nuevos medios, con mejores procesos de producción noticiosa.
Contenido	Recursos tecnológicos para búsqueda y producción de información.	La planificación editorial conforme a las necesidades de difusión tecnológica: audio, video, fotos, etc.	Planificación de un nuevo medio: propuesta para el mejoramiento de la rutina de producción noticiosa.
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico con las principales herramientas tecnológicas usadas por el periodista, sus usos y beneficios para la producción noticiosa.	Presentación de la planificación de una noticia, donde se establezcan qué recursos tecnológicos se utilizarán y la manera de difundir la noticia en medios digitales.	Proyecto de un nuevo medio de comunicación, con una descripción de los procesos que se usarán para producir contenidos periodísticos.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

Datos generales del curso

Nombre del curso	Optimización de los procesos y espacios de producción informativa
Programa al que pertenece	Nivelación de Periodismo
Experto disciplinar	Mtro. Héctor Farina Ojeda
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	24 de noviembre de 2011

Competencia

El estudiante aprovecha los recursos tecnológicos con miras a optimizar el proceso de producción noticiosa, tanto en la recolección de información como en la selección de los recursos que se usarán para la producción de noticias.

Atributos de la competencia

Conocimientos	Recursos tecnológicos, procesos de producción noticiosa, selección de herramientas digitales para recolección de información.
Habilidades	Utilizar herramientas tecnológicas para buscar y procesar información, planificar las noticias en función de las necesidades del medio.
Actitudes	Creatividad

Valores¹ Respeto a la promoción de un nuevo mundo de la información y la comunicación. Buscar la precisión y el rigor investigativo.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

Competencia del perfil de egreso con la que se vincula

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

Producto final del curso

	elección de técnicas y fuentes para la investigación.	producción y recolección de información.	investigación: redacción y producción en formato multimedia.	canales digitales para acceder a las audiencias.
Producto de la unidad	Proyecto de investigación periodística	Cuadro sinóptico con las principales actividades del diario de campo acompañado de alguna evidencia	Presentación del producto multimedia sobre el reportaje periodístico	El lanzamiento del reportaje por medio de diversos canales digitales

Bibliografía

Básica

Caminos Marcet, José (1997) *Periodismo de investigación. Teoría Práctica*. Editorial Síntaxis, España.

Faundes, Juan Jorge (2003) "Periodismo de Investigación en Sudamérica: obstáculos y propuestas". Sala de Prensa N. 58., agosto de 2003. Documento en línea disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art475.htm>

Fernández, Juan José (2008) *Prensa especializada actual*. Mc Graw Hill, Madrid, España.

Grijelmo, Alex (2008). "El título del reportaje" (pp. 480-493). En *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.

Gorriti, Gustavo (2010) "Periodismo de investigación y defensa personal". Documento en línea, disponible en <http://www.saladeprensa.org/art1029.htm>

Complementaria

Rojo Villada, Pedro Antonio (2005) *Producción periodística y nuevas tecnologías*, Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España.

Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo. Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación. Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.

Producto final del curso

Descripción Reportaje de investigación periodística, presentado en formato multimedia, y que contenga además una planificación de difusión a través de los nuevos canales: Internet, redes sociales y otras plataformas digitales.

Ensayo reflexivo, basado en un diario o cuaderno de notas, sobre el proceso de investigación: dificultades, ventajas y propuestas de mejora.

RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Partir de cero	Sumergirse en las aguas del proyecto	El proceso de reducción y apreciación de la información	Revelar el producto en el momento y lugar adecuado
Objetivo	Diseñar un proyecto de investigación periodística.	Producir y obtener información para un reportaje de investigación.	Redactar y producir un reportaje en formato multimedia.	Planificar mecanismos de difusión para plataformas en línea.
Contenido	Planificación, delimitación y	El trabajo de campo:	La construcción del reportaje de	La difusión: herramientas y

Datos generales del curso

Nombre del curso Proyecto 1 (Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información)

Programa al que pertenece Nivelación de Licenciatura en Periodismo

Experto disciplinar Mtro. Héctor Farina Ojeda

Asesor pedagógico

Fecha de elaboración 24 de noviembre de 2011

Competencia

El estudiante comunica por medio de técnicas y los nuevos canales de información la información de interés general en el contexto de la sociedad de la información.

Atributos de la competencia

Conocimientos Planificación del proyecto de investigación periodística, elaboración de instrumentos, aplicación de las técnicas necesarias para la recolección de información, creación de productos multimedia, aprovechamiento de los diversos canales de difusión.

Habilidades Investigar información de interés, llegar a las fuentes propicias, de redacción e incorporación de los diferentes elementos multimedia.

Actitudes Creatividad

Valores¹ Respeto a la promoción de un nuevo mundo de la información y la comunicación. Buscar la precisión y el rigor investigativo.

Competencia del perfil de egreso a la que se vincula

	<p>Quesada, Montserrat (1987). El periodismo de investigación. El caso español. Barcelona: Editorial Ariel.</p> <p>Randall, David (2008). "Periodismo de investigación". En El periodista Universal. España: Editorial Siglo XXI</p> <p>Requejo Alemán, José Luis (2010) "¿Cómo se financia el periodismo de investigación en Estados Unidos?". Documento en línea disponible en http://www.saladeprensa.org/art1030.htm</p> <p>Reyes, Gerardo (2007). "Intersticios del periodismo de investigación". En Sala de Prensa, documento en línea: www.saladeprensa.org/art12.htm</p> <p>----- (2005). Periodismo de Investigación. México: Trillas; tercera reimpresión.</p> <p>Rodríguez, Pepe (1994). Periodismo de Investigación, técnicas y estrategias. España: Paidós.</p> <p>Saad, Anuar (2001). El reportaje. Documento en línea disponible en http://www.saladeprensa.org/</p> <p>Santoro, Daniel (2004). Técnicas de investigación. Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina. México: Fondo de Cultura Económica, colección Nuevo Periodismo</p>
Complementaria	<p>Quesada, Montserrat (1997). Periodismo de Investigación o el derecho a denunciar. Barcelona: Editorial Cims'97.</p> <p>Eloy Martínez, Tomás (1997) "Periodismo y narración", Conferencia ante la asamblea de la SIP el 26 de octubre de 1997, en Guadalajara, México. Documento en línea disponible en http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=2877</p> <p>Wolfe, Tom (1994). El nuevo periodismo. Barcelona: Anagrama.</p>

Producto de la unidad	Proyecto de investigación periodística.	Cuadro sinóptico con las diferentes técnicas y las fuentes en las que se recomiendan.	record. Mapa mental de fuentes a ser consultadas para la realización de la investigación. Producto final: Diseño de un proyecto de investigación.
-----------------------	-----------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica	<p>Abril, Natividad (sf). "El reportaje interpretativo" (pp. 65-88). En Información interpretativa en prensa. España: Síntesis.</p> <p>eriodismo de investigación. Teoría y Práctica. Editorial Síntesis, España</p> <p>Faundes, Juan Jorge (2003) "Periodismo de Investigación en Sudamérica: obstáculos y propuestas". Sala de Prensa N. 58., agosto de 2003. Documento en línea disponible en: http://www.saladeprensa.org/art475.htm</p> <p>Grijelmo, Alex (2008). "El título del reportaje" (pp. 480-493). En El estilo del periodista. México: Editorial Taurus.</p> <p>Gorriti, Gustavo (2010) "Periodismo de investigación y defensa personal". Documento en línea, disponible en HYPERLINK "http://www.saladeprensa.org/art1029.htm" http://www.saladeprensa.org/art1029.htm</p> <p>Klein, Darío (2001). "El pa el del periodismo de investigación en la sociedad democrática". En Razón y Palabra. N. 22, mayo – julio. Documento en línea: (HYPERLINK "http://www.razonypalabra.org.mx/antefiores/n22_dklein.html")</p> <p>Parratt, F. Sonia (2003). Introducción al reportaje: Antecedentes, actualidad y perspectivas. España: Universidad de Santiago de Compostela.</p>
--------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Competencia del perfil de egreso con la que se vincula o apoya

Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Producto final del curso

Descripción Diseño del proyecto de investigación periodística que contenga: Delimitación del tema, fuentes a consultar, estrategias y técnicas para obtener la información periodística, así la planificación de cómo difundir la investigación

E. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	El camino a recorrer entre la idea y la investigación	Las herramientas adecuadas para cada ocasión	Entre la planeación y la realidad
Objetivo	Aprender a planificar una investigación periodística	Conocer el uso y la aplicación de las técnicas periodísticas para la obtención de información.	Clasificar las fuentes del periodismo de investigación, así como establecer las formas de acceso. Producto final: Integrar el proyecto de investigación periodística.
Contenido	Planificación de una investigación periodística: temas de investigación, delimitación.	Las técnicas de investigación: entrevista, observación, rastreo de documentos, etc.	Las fuentes del periodismo de investigación: personales, documentales, gubernamentales, no gubernamentales, las fuentes off y on the

Datos generales del curso

Nombre del curso	Diseño y técnicas para la Investigación periodística
Programa al que pertenece	Nivelación en periodismo
Experto disciplinar	Mtro. Héctor Farina Ojeda
Asesor pedagógico	Ana Xochitl Gastañeda Salcedo
Fecha de elaboración	24 de noviembre de 2011

Competencia

El estudiante diseña un proyecto de investigación, con sus respectivas técnicas y estrategias para obtener la información requerida para profundizar en la búsqueda de los temas que contribuyan a una sociedad mejor informada.

Atributos de la competencia

Conocimientos	Planificación de un tema de investigación periodística, elección de fuentes, técnicas de recolección de información y conocer las formas de acceso a la información.
Habilidades	Analizar la realidad de forma crítica pero veraz, indagar a profundidad, detectar temas de interés por su contenido y no por su capacidad de venta.
Actitudes	De apertura y respeto.
Valores ¹	Investigar los hechos. Respetar la propiedad intelectual. Buscar la veracidad de la información.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

http://books.google.es/books?id=MjntAttdtJQC&pg=PA308&dq=perspectiva+comercial&hl=es&ei=tQ7ZTuCFLYX_sQLb-5GCDg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=10&ved=0CGAQ6AEwCQ#v=onepage&q=perspectiva%20comercial&f=false

Video. Nuevas estrategias comerciales <http://youtu.be/WqP2WGM7M2A>

Video. Mesa redonda: ¿Fusiones o estrategias comerciales comunes?
<http://youtu.be/p-poL1tuNQ>

Video. Cosimo Chiesa: Claves para mejorar la estrategia comercial
<http://youtu.be/sKLFcU45N8>

Complementaria De la Rica, Enrique (2000) *Marketing en Internet*. Edit. Esic Editorial, Madrid
<http://redgiga.com/documentacion/marketingeninternet.pdf>

Tellis, Gerard J., Redondo, Ignacio (2002) *Estrategias de publicidad y promoción*.
<http://148.201.96.14/dc/ver.aspx?ns=000166552>

Kotler Philip, Roberto Eduardo L. *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*
<http://bit.ly/rJuNZG>

	instituciones para establecer vínculos	información	
Producto de la unidad	Mapa conceptual o PowerPoint donde se presenten las metas y objetivos de las organizaciones, así como la lista de organizaciones e instituciones con las que sería pertinente (de acuerdo a las metas y objetivos) establecer convenios o vínculos.	Identificación y explicación de los diversos componentes que considerará para la propuesta de vinculación comercial	Propuesta de las estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa

¹Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

BIBLIOGRAFÍA

- Básica**
- Prahalad C. K. *Estrategia en el siglo XXI (2010) Ediciones Deusto.***
http://books.google.es/books?id=jRhgEWiz1TOC&printsec=frontcover&hl=es&source=gb_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- SAINZ Jose Maria, De Vicuña (2006), *El plan de marketing en la práctica.***
- Mattelart Armand, Mukigner Gilles (2007) *La comunicación-mundo: historia de las ideas y de las estrategias.* Siglo XXI Editores**
<http://books.google.com/books?id=agU-bMCIGAQC&printsec=frontcover&hl#v=onepage&q&f=false>
- Munuera Jose Luis, y otros. (2007) *Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección***
http://books.google.es/books?id=aj7wABSD7-MC&printsec=frontcover&dq=estrategias+de+marketing&hl=es&ei=PA_ZTt-iFdT1sQL71qTrDQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CDcQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false
- Prahalad C. K. La fortuna en la base de la pirámide: cómo crear una vida digna y aumentar ... (2005) dit. Granica**

Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación y vinculación de una organización informativa con instituciones y organizaciones externas en las áreas administrativa y de producción editorial.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción El estudiante elabora y propone estrategias de vinculación comercial, de la producción informativa.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Por qué generar vínculos	Estrategias comerciales y de vinculación	Plan estratégico de vinculación y comercialización
Objetivo	Identificar las necesidades y metas de la organización, así como los actores y organizaciones para establecer vínculos estratégicos	Definirá las estrategias comerciales y de vinculación que desea establecer para su medio.	Elaborará un plan estratégico de comercialización y vinculación con organizaciones e instituciones de acuerdo con metas y perfil del medio
Contenido	La importancia de generar vínculos con actores y organizaciones externas	Medios estratégicos para la vinculación	Convenios estratégicos con organizaciones externas
	Metas u objetivos de la empresa periodística	Estrategias de vinculación comercial	Relaciones públicas
	Identificación de organizaciones e	Redes de trabajo e intercambio de	

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Vinculación comercial e interinstitucional
Programa al que pertenece	Nivelación de licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Norma Lilia Cerda Martínez
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	2/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante será capaz de elaborar estrategias de vinculación y comercialización con organizaciones de medios, agencias de noticias y otras instituciones sociales para generar convenios y vínculos que le ayuden a consolidar el trabajo informativo.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Estrategias de vinculación comercial Relaciones públicas Redes de trabajo e intercambio de información
Habilidades	Espíritu crítico, capacidad analítica y habilidades de comunicación oral y escrita, instrumentar, elaborar y aplicar estrategias diversas
Actitudes	Reflexiva, de liderazgo, activa, sociable y original.
Valores ¹	Responsabilidad, ética periodística, compromiso social

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Gedisa.

CONACULTA/SEP, Atlas de infraestructura cultural de México (2003).

Pierre Bourdieu, Razones Prácticas. (no tengo el año). Anagrama.

Victor Roura, Cultura, ética y prensa (2001). Groma, Paidós.

Diccionario crítico de política cultural e imaginario, Teixeira Coelho (2000). ITESO/CNCA.

El arte del mercado del arte, Miguel Peraza (2008), Miguel Porrúa.

Complementaria

Las industrias culturales y el desarrollo en México, Ernesto Piedras (2007).

	alcances de la gestión cultural para difundir efectivamente productos de información periodística, fuera de su emisión y salida habitual.	tipos de públicos o audiencia, diseño y realice eventos de difusión como alternativa para dar a conocer ampliamente los resultados de una investigación periodística	productos de comunicación en diversos formatos para divulgar en espacios alternativos producción noticiosa.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> •Introducción y teoría de la Gestión Cultural •Marketing social •Contextualización de problemáticas documentadas periodísticamente. •Difusión formal y alternativa en radio, prensa escrita y televisión. Consumo y preferencia cultural en diferentes escalas. (Casos específicos). 	<ul style="list-style-type: none"> •Análisis de perfiles y audiencias •Manejo y administración de directorios y contactos de instituciones, ONG's, OSC's, empresas, servicios especializados, programas académicos. •Organización de eventos masivos presenciales y virtuales. 	<ul style="list-style-type: none"> *Producción de audio y video *Becas de financiamiento o coinversión *Campana de difusión localizada *Lenguajes y narrativas para la innovación de formatos y entrega de un producto.
Producto de la unidad	Propuesta de caso a difundir con bases y argumentos.	Diseño de campaña de difusión alternativa e innovadora	Producción de material o materiales a crear por estrategia o campaña a emprender.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Derrick de Kerckhove, *Inteligencias en Conexión* (1999). Editorial

Valores ¹	Creativa.
	Respeto, atención, inclusión.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

El alumno obtendrá los conocimientos suficientes para diseñar una estrategia que difunda materiales y productos periodísticos que innoven la manera de acceder y consumir información noticiosa fuera de los espacios tradicionales.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Estrategia para difundir y dar a conocer ampliamente en espacios muy diversos, productos o investigaciones periodísticas de largo aliento o espacios informativos según formatos, géneros periodísticos, perfiles de audiencia, característica de productos, modelos de comunicación y temporalidades.
-------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Gestión y Marketing Cultural	Formación de Públicos y organización de eventos	Edición de productos y redes sociales	
Objetivo	Que el alumno conozca las herramientas y	Que el alumno tras identificar	Que el alumno diseñe y realice	

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Innovación en la difusión Informativa
Programa al que pertenece	Nivelación de la Licenciatura de Periodismo
Experto disciplinar	Jade Ramírez Cuevas Villanueva
Asesor pedagógico	Carmen Coronado
Fecha de elaboración	25/noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El alumno innovará con estrategias focalizadas la difusión de productos periodísticos para lograr mayor impacto en comunidades específicas sobre la información generada y difundida. La propuesta deberá encuadrarse con enfoque sustentable, derechos ciudadanos...

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Gestión Cultural• Marketing social• Contextualización de problemáticas documentadas periodísticamente.• Difusión formal y alternativa en radio, prensa escrita y televisión.• Análisis de perfiles y audiencias• Manejo y administración de directorios y contactos de instituciones, ONG's, OSC's, empresas, servicios especializados, programas académicos.• Organización de eventos masivos presenciales y virtuales.• Producción y edición de compilados periodísticos digitales y físicos.• RSS, redes sociales, blogs, sitios web.
Habilidades	<p>Conocer contextos sociales</p> <p>Analizar posibilidades de distribución</p> <p>Capacidad de experimentación fuera de la redacción periodística</p>
Actitudes	

Básica

- Lenon Legun, *Etnicidad Virtual* (2011) Editorial Gedisa.
- Galindo Cáceres, Luis Jesús. (1998). *Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Pearson Adison Wesley Longman.
- CONACULTA/SEP. *Encuesta Nacional de Consumo Cultural 2010*.
- CONAPRED. *Encuesta Nacional de Discriminación 2011*.
- Seth Godin, *La vaca púrpura* (2006). Editorial Gedisa.
- Martínez Martín, Valentín-Carlos, *Diseño de Encuestas de Opinión* (2003). Ra-Ma librería y editorial, España.
- Julien Greimas. *Del sentido II* (1989), ed en español, Gredos.
- Julien Greimas. *Semiótica de las pasiones* (1994), ed en español, Gredos.

Complementaria

			partir de cierto resultado numérico o estadístico
Contenido	<p>*Métodos científicos.</p> <p>*Características y herramientas para cada tipo de investigación</p> <p>*Tipos de encuesta.</p> <p>*Consulta telefónica, *Buzón de sugerencias</p> <p>*Tipos de perfil de consumidor de acuerdo a cada herramienta de investigación</p>	<p>*Estadísticas</p> <p>*Raiting</p> <p>*Agrupación de resultados</p> <p>*Comparativo numérico.</p> <p>*Tópic</p> <p>*Validación de resultados</p>	<p>*Consumo y preferencia cultural en diferentes escalas.</p> <p>*Focus group</p> <p>*Análisis de resultados</p> <p>*Análisis actancial (macros)</p> <p>*Comportamiento de audiencias sobre modelos de comunicación (tipo de narrativa, duración, entregas y temporalidad, maneras de transmisión o entrega de un producto).</p>
Producto de la unidad	Diseño de una herramienta de estudio.	Mejora y aplicación de la herramienta diseñada.	Diseño de investigación temática sobre preferencias de consumo a un cierto perfil de audiencia.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

	Autocrítica y auto-evaluativa
Valores ¹	Respeto, atención, inclusión, ética profesional.

¹ Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

El alumno obtendrá la capacidad de saber diagnosticar los perfiles de consumidores de productos informativos y orientar mejor sus contenidos y la calidad de la información que difunde según las necesidades de su audiencia.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Diagnóstico que integre tanto la percepción de los consumidores de productos periodísticos como las nuevas necesidades que tienen sobre lo que se oferta y podría ofertarse respecto a temáticas, formatos, géneros periodísticos, perfiles de audiencia, característica de productos, modelos de comunicación y temporalidades.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título				
	Métodos de investigación	Investigación cuantitativa	Investigación cualitativa	
Objetivo	Que el alumno conozca las maneras en que puede obtener información en números y características, sobre los perfiles de audiencia y lo que éstas prefieren o necesitan.	Que el alumno diseñe y realice investigación porcentual sobre las preferencias, carencias o necesidades que no están siendo cubiertas.	Que el alumno diseñe y realice investigación temática o focalizada sobre lo que prefiere o necesita el consumidor de productos periodísticos a	

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de la percepción y necesidades de los consumidores de información periodística
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Jade Ramírez Cuevas Villanueva
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El alumno analiza la percepción de los consumidores de información periodística, para mejorar sus productos noticiosos y lograr que se atiendan ciertas necesidades en un marco de inclusión y pluralidad.

*encuadrarla con algún tipo de enfoque (sustentable, derechos)

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Métodos de investigación• Investigación cuantitativa• Investigación cualitativa• Diseño de encuesta y consultas• Manejo de porcentajes• Perfiles de audiencia por tipo• Comportamiento de audiencias• Consumo y preferencia cultural• Focus group• Rating
Habilidades	Reconocer la pluralidad Saber atender peticiones Saber leer realidades
Actitudes	Interés por aprender

sociedad y cultura. *La sociedad red*. Vol. 1 (7ª ed.). México: Siglo XXI Editores.

-Fundación Opti (2004). "El futuro de los medios de Comunicación ante el impacto de las nuevas tecnologías" en *Estudio de Investigación del Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial*. [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.opti.org/publicaciones/pdfs/medios_comu.pdf.

-Machado Elías y Palacios Marcos (2003). *Modelos de Jornalismo Digital*. Brasil: Facultad de Comunicación, Universidad Federal de Bahía, Ediciones GJOL.

Complementaria

Objetivo	Integrar al diagnóstico general la parte que evalúa las funciones editoriales	Integrar al diagnóstico general la evaluación sobre los procesos de producción informativa	Integrar al diagnóstico general la evaluación de las funciones y políticas administrativas de un medio	Redactar y revisar el diagnóstico general
Contenido	-Cómo se trabaja en la redacción de un medio - Organigrama general de la redacción	-Cómo se producen las noticias -Etapas en los procesos de producción informativa	-Estatutos y documentos oficiales donde se establezcan o declaren las políticas administrativas del medio	
Producto de la unidad	Diagnóstico de las funciones editoriales	Diagnóstico descriptivo de los procesos de producción del medio	Evaluación de las políticas administrativas del medio	Diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Básica
- Avogadro, Marisa (2004). "NTIC, Convergencia, Tecnología Multimedia...algunas aproximaciones", en *Revista Razón y Palabra* No. 41, octubre [En línea, julio de 2008] Disponible en www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2004/octubre.html.
 - Castalls, Manuel (2006a). *La Era de la Información: economía,*

- Responsabilidad en el manejo del tiempo
- Compromiso para la entrega de las etapas del diagnóstico
- Ética periodística
- Uso responsable de los derechos de autor.

¹Atudir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DEL EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa final (4)
Título	Diagnóstico de las funciones y políticas editoriales de un medio	Diagnóstico de los procesos de producción informativa de un medio	Diagnóstico de las funciones y políticas administrativas de un medio	Entrega del diagnóstico general de los procesos editoriales y administrativos del medio

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 3. Mejoramiento de la organización (diagnóstico)
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	29/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante realiza un diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Los conocimientos adquiridos en materias anteriores- Diagnóstico de procesos y funciones editoriales- Diagnóstico de procesos administrativos- Diagnóstico de las formas de producción informativa- Análisis de las funciones y políticas administrativas del medio
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Para diagnosticar procesos y funciones administrativas y editoriales-Para evaluar-Organizar y manejar el tiempo
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Curiosidad para romper paradigmas..-Propositivo-Autocrítica
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none">-Honestidad

aplicación a la enseñanza universitaria. Observatorio Europeo de
Tendencias Sociales:
<http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf>

Complementaria

Hernández Ramírez, María Elena. (1992). ¿Qué son las noticias?
Comunicación y Sociedad 14-15: 235-250. Departamento de
Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara.

Hernández Ramírez, María Elena. (1995) La producción
noticiosa. Universidad de Guadalajara. México.

McCombs, M. (1996). "Influencia de las noticias sobre nuestras
imágenes del mundo". En Bryant, J. y Zillman, D. (1996), (1994)
Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y
teorías, Paidós, Barcelona, p. 13-34.

durante tres días.
organización de su equipo y los escenarios cotidianos.
tres días.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Alborno, L. A. (2007). Periodismo digital. *Los grandes diarios en la red*. Buenos Aires. Editorial La Crujía.

De Dios Corona, S. (1998). Rastreado las noticias. Universidad del Valle de Atemajac.

De León Vázquez, Salvador. (2003). *La Construcción del Acontecer. Análisis de las Prácticas Periodísticas*. Universidad Autónoma de Tamaulipas. CONEICC. Universidad de Guadalajara.

Fogel, Jean-Francois; Patiño, Bruno. (2005). *La Prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*. Punto de Lectura. España.

López, Manuel. *Cómo se fabrican las noticias*. (1995). Fuentes, selección y planificación. Paidós Papeles de Comunicación.

Lozano Rendón, José Carlos. (1996). *Taoría e Investigación de la Comunicación de Masas*. Alhambra. México.

Michel, Guillermo. *Para leer los medios. Prensa, radio, cine y televisión*. (2000). Editorial Trillas. México.

Núñez Bustillos, Juan Carlos; De Dios Corona, Sergio René. (2005). *Ser Noticia. Prensa y Sociedad Civil*. Instituto Mexicano de Desarrollo Comunitario, Consejo de Educación de Adultos de América Latina, Taller Editorial La Casa de Mago. México.

Pavlik, John V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Editorial Paidós. Barcelona.

Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda Setting*.

	de las audiencias y los factores que intervienen en la planeación	de reporteros y fotógrafos, los criterios editoriales y los escenarios de trabajo	de la agenda
Contenido	<p>Informativa</p> <p>La agenda Informativa</p> <p>Agenda Setting</p> <p>Sociología de la producción de mensajes</p> <p>Información exclusiva y colectiva</p>	<p>Fases del proceso de la producción noticiosa.</p> <p>Tipos de salas de redacción.</p> <p>La organización de los equipos de reporteros, fotógrafos y video reporteros.</p> <p>Criterios editoriales básicos.</p> <p>Escenarios de las coberturas periodísticas.</p>	<p>Las distintas estrategias informativas de seguimiento de hechos noticiosos</p>
Producto de la unidad	Reporte del análisis de la agenda informativa de una sección de tres medios	Reporte del análisis de la producción noticiosa de un medio informativo, la	Reporte del análisis de las estrategias aplicadas en una sección local de un medio durante

Pluralidad

Trabajo en equipo

Respeto al derecho a estar informado

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCIA O A LA QUE APOYA

Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas

5. PRODUCTO INFLUENCIADOR

Descripción Diseñar, aplicar, supervisar y evaluar la agenda informativa, durante dos días seguidos, de diez reporteros, tres fotógrafos y dos video reporteros que laboren para una empresa multimedia

Definir políticas editoriales para la cobertura informativa de una empresa periodística

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La agenda informativa, su teoría e importancia,	El proceso informativo y la planeación de coberturas informativas	Estrategias Informativas	
Objetivo	Analizar el suetento teórico de la agenda informativa,	Analizar las fases de la producción noticiosa, la organización	Comprender las estrategias de cobertura informativo para el diseño	

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de las audiencias
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Sergio René de Dios Corona
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	dd/mm/aa

2. COMPETENCIA

El estudiante será capaz de planificar, diseñar, organizar, aplicar, supervisar y renovar la agenda informativa de una empresa o institución periodística con base en el interés de las audiencias.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	La Agenda Setting Sociología de la producción de mensajes
Habilidades	Diseño de agendas informativas Diseño de políticas editoriales Organización y conducción de equipos de reporteros Planificación de coberturas periodísticas concretas
Actitudes	Curiosidad permanente Apertura a nuevas temáticas informativas Tomar decisiones rápidas y precisas Analítica de fenómenos periodísticos Apertura al trabajo bajo presión
Valores ¹	Verdad periodística

Proyecto de Nivelación Periodismo (matriz reunión 8 de abril)

Generar	Investigar (Técnicas, métodos)	Contextualizar (Estado de la cuestión, estudios, fundamentación)	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar	Desarrollar aplicaciones tecnológicas
Mejoramiento de la producción noticiosa	Investigación de la producción noticiosa	Contextualización de la producción noticiosa	X	X	X	X	X
Mejoramiento y diversificación de los servicios a las audiencias	Investigación de las audiencias	Análisis de las audiencias (Macro)	X	X	X	X	X
Mejoramiento de la organización	Investigación de la organización	X	X	X	X	X	X

Pensar: ¿Qué tipo de proyecto lida en cada bloque, qué producto se pedirá en cada materia

Agregar materias de especialización y optativas de apoyo



Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Minuta

Programa de Nivelación en Periodismo		Sala de Reacción Casa de la Paz	
72 de Mayo de 2011	04	17:20 hrs	18:15 hrs
		21 de Mayo	17:00 hrs
MINUTA			
Se acuerda entregar para la próxima reunión la Matriz con nombres más afinados de las materias o unidades de aprendizaje y en base a lo trabajado en la presente sesión.			
Análisis de la Matriz de Competencias para la Nivelación de Licenciatura en Periodismo		Todos	Próxima reunión
	Se acuerda entregar la propuesta de los proyectos que pueden ser requeridos para cada ámbito u objetos de intervención profesional agrupando o distinguiendo por color en la matriz final.	Todos los presentes	N/A
	Se envía la Matriz Rosa la Orozco por correo electrónico a toda la matriz que lleva la agrupación de colores, misma que vendrá de gira en las actividades, comedias, La Matriz Rosa la Orozco Informe que con base en la problemática detectada en reuniones pasadas ya se está haciendo el estudio de pertinencia para la nivelación.	Todos	Miércoles 18 de Mayo 2011
Se acuerda tener la próxima reunión el 27 de Mayo en la Sala de la Reacción en la Casa de la Paz.		Todos	27 de Mayo 2011



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a cuarta reunión
13 DE MAYO DE 2013
Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Nuñez

[Handwritten signature]

Carmen Coronado Gallardo

[Handwritten signature]

Rosalba Orozco Murillo

[Handwritten signature]

Claudia A. Contreras Navarro

[Handwritten signature]

Jose Antonio Delgado Valdúvia

[Handwritten signature]

Rosa Eugenio Garcia Gómez

[Handwritten signature]

Rosa Elena Richard Varela

[Handwritten signature]

Jade Ramirez

[Handwritten signature]

Hector C. Farina Ojeda

[Handwritten signature]

Lorena Suevara

[Handwritten signature]

Proyecto de Nivelación de Licenciatura en Periodismo (Matriz 13 de mayo de 2011)

Genéricas	Investigar	Contextualizar	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar	Desarrollar aplicaciones tecnológicas
1. Amplios u Objetos	1. Diseño y Técnicas de Investigación	1. Contextualización de la producción periodística	1. Técnicas para la producción informativa I	1. Coordinación y dirección editorial	1. Innovación en la difusión informativa.	1. Ética de periodismo	1. Software para la producción y edición de información.
2. Mejoramiento y diversificación de los servicios a las audiencias	2. Análisis de la participación de las audiencias	2. Identificación de las necesidades de las audiencias.	2. Técnicas para la producción informativa II	2. Evaluación de los servicios a la audiencia.	2. Foros de análisis sobre tipos de audiencia.	2. Deontología del periodismo.	2. Mejora de los servicios informativos para las audiencias
3. Mejoramiento de la organización	3. Priorización de los procesos organizacionales en los medios noticiosos	3. Procesos organizacionales de medio.	3. Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de audiencias (ciudadanos)	3. Políticas editoriales, organizacionales y comerciales.	3. Estrategias mercadológicas en los servicios informativos.	3. Vinculación contextual e interinstitucional	3. Herramientas tecnológicas para la producción informativa



Mimuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

MINUTA

Asignatura	Programa de Nivelación en Periodismo	Lugar	Sala de Reunión Casa de Paz
Fecha	27 de Mayo de 2011	Hora Inicio	17:30 hrs.
No. de Sesión	05	Fecha Fin	18:30 hrs.
		Horas propuestas	17:00 hrs.

No.	Orden del día	Asuntos	Responsable	Fecha comprometida
1	Matriz de Competencias para la Nivelación de Licenciatura en Periodismo	<p>Los compañeros presentaron las matrices con nombres de materias que proximo a cada una de ellas aprendían. Después se leleto el punto de encuentro en una nueva matriz, los que parecían más acorde.</p> <p>Se trabajó en 7 grupos que se entrecalaron o trabajaron por cada materia o unidad de aprendizaje y se o trabajó en el matiz. Se acordó terminar de trabajar en todos los grupos, para presentarlo en la próxima reunión.</p> <p>Se acordó trabajar en las propuestas de proyectos que se requieren para cada artículo u objeto de estudio en un proyecto que incluye o agrupe todas las competencias de ese ámbito.</p> <p>La Mtra. Rosalia convocará vía correo a la próxima reunión.</p>	Todos	Próxima reunión
			Todos	Próxima reunión
			Todos	Próxima reunión
			Mtra. Rosalia Ortaón	NA



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo del 27 DE MAYO DE 2011
Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Núñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalía Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

Jose Antonio Delgado Valdria

Rosa Eugenia Garcia Gómez

Rosa Elena Riquelme Varela

Jade Ramirez

Héctor C. Fanna Ojeda

Ada Lorena Guevara Leon



Proyecto de Nivelación en Periodismo (matriz 27 de mayo de 2011)

Ámbitos u Objetos	Generar	Investigar	Contextualizar	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar	Desarrollar
Mejoramiento de la producción noticiosa	Diseño y técnicas para la investigación periodística	Contextualización de la investigación periodística	Producción informativa (Producto de investigación periodística)	Análisis de las funciones editoriales	Innovación en la difusión informativa	Trayectoria y tecnología editorial	Producción y edición de información	Desarrollar aplicaciones tecnológicas
Mejoramiento y diversificación de los servicios a las audiencias	Proyecto de investigación periodística	Antecedentes de la investigación periodística	3	Repertorio diagnóstico de las funciones editoriales	Elaboración de la investigación periodística	Reflexión sobre el trabajo editorial	5	
Mejoramiento de la organización	Análisis de la percepción de las audiencias	Identificación de las necesidades de las audiencias	2	Evaluación de los servicios a las audiencias	Análisis sobre tipos de audiencias	Gestión de usuarios y redes sociales	Mejora de los servicios informativos para las audiencias	
	Problemática de los procesos organizacionales en los medios noticiosos	Procesos organizacionales del medio	Nuevas tecnologías para la producción de la información	Políticas editoriales y comerciales	Estrategias tecnológicas en los servicios informativos	Vinculación comercial e interinstitucional	Herramientas tecnológicas para la producción informativa	



Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Minuta

Programa de Actualización en Periodismo		Salida de Reunión (Casa de la Paz)	
Programa de Actualización en Periodismo	19 de junio de 2011	17-17 horas 1 de julio de 2011	16:30 hrs. 17:00 hrs.
MINUTA			
	<p>Se revisaron las matrices con las propuestas de productos para cada unidad de aprendizaje que presentaron los convocados. Después se acordó cual era el producto que se dejara como definitivo por cada curso de toda la matriz.</p>		
	<p>Se trabajó en la identificación de materias o unidades de aprendizaje que podrían llevarse por cada semestre y se les agrupó o diferenció por bloques para identificarlos mejor.</p>		
	<p>Se acordó presentar propuestas del orden que tendrían las materias por semestre. La nivelación tendría una duración de 4 semestres o dos años, considerando el número de unidades de aprendizaje que se van a diseñar en la matriz.</p>		
	<p>Se hizo un lista de las materias que podrían ser de especialización, para definir si se dejaban con nombre abierto o tendrían un nombre específico. Se acordó trabajar sobre ello en la siguiente reunión.</p>		
1	Matriz curricular de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo	Todos	NA
		Todos	NA
		Todos	1 de julio de 2011
		Todos	1 de julio de 2011



PROGRAMA DE NIVELACION EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo de 10 DE JUNIO DE 2011
Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Nuñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalia Orzco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elena Richart Varela

Lade Ramirez

Héctor C. Farina Ojeda

Ada Lorena Guevara León



Matriz Nivelación en Periodismo (10 de junio de 2011)

Generar	Investigar	Contextualizar	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar
<p>Árbitros u Objeto: Mejoramiento de la producción noticiosa en la cantidad de información</p>	<p>Diseño y técnicas para la investigación periodística (Proyecto de investigación periodística)</p>	<p>Contextualización de la investigación periodística (Antecedentes de la investigación periodística)</p>	<p>Producción y edición informativa (Prueba de investigación periodística)</p>	<p>Análisis de las funciones editoriales (Reportaje o diagnóstico de las funciones editoriales)</p>	<p>Innovación en la difusión informativa (Estrategia de difusión de la investigación periodística)</p>	<p>Ética y docencia del periodismo (Formación sobre el quehacer periodístico investigativo)</p>
<p>Mejoramiento y diversificación de los servicios Informativos para las audiencias (Paralelo en la construcción de la agenda informativa)</p>	<p>Análisis de la percepción y necesidades de las audiencias (Diagnóstico de la percepción y necesidades de las audiencias)</p>	<p>Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias (Propuesta de innovación para la agenda noticiosa)</p>	<p>Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias (Propuesta de innovación para la agenda noticiosa)</p>	<p>Evaluación de los servicios a las audiencias (Diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias)</p>	<p>Vinculación comercial e interinstitucional (Promoción de estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa)</p>	<p>Gestión y administración de audiencias usuarias (Reporte de la implementación de estrategias de gestión y administración de audiencias usuarias)</p>
<p>Mejoramiento de la organización</p>	<p>Problemática de los procesos organizacionales en los medios noticiosos (Descripción y análisis de los procesos organizacionales de los medios)</p>	<p>Optimización de los procesos y espacios de producción informativa (Propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de la producción informativa)</p>	<p>Optimización de los procesos y espacios de producción informativa (Propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de la producción informativa)</p>	<p>Análisis de las políticas editoriales, organizacionales, comerciales e institucionales del medio (Evaluación de las políticas del medio)</p>	<p>Vinculación comercial e interinstitucional (Promoción de estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa)</p>	<p>Vinculación comercial e interinstitucional (Promoción de estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa)</p>

Optativas de especialización: (Falta definir si se dejan abiertas o tendrán nombre)

- 1) Producción de audio
- 2) Producción de video
- 3) Periodismo en la Internet
- 4) Estrategias de comunicación corporativa.
- 5) Gestión y planes de mercado
- 6) Nuevas tecnologías y sociedad de la información

Optativas de apoyo

- 1) Teorías de los géneros periodísticos
- 2) Estilo y redacción periodística
- 3) Fotoperiodismo
- 4) Sociología de la comunicación (teorías)
- 5) Legislación de medios



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

MINUTA		Sala de Rectoría (Casa de la Paz)	
Programa de Nivelación en Periodismo	17:12 hrs.	18:20 hrs.	17:40 hrs.
1 de julio de 2011	09 de agosto de 2011		
02			

	Se trabajó en la organización de las unidades de aprendizaje por semanas quedando en las primeras tres semanas cinco materias más la unidad de aprendizaje que llama Proyecto o Mejoramiento de un ámbito específico de la organización editorial. En el último semestre quedaron cuatro materias.	Todos	NA
	Se dieron muy bien los productos de los cuatro cursos de proyecto o mejoramiento de la organización.	Todos	NA
1	Merito curricular de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo		
	Debido a que es una nivelación que se enfoca en el análisis, evaluación y mejoramiento de los distintos ámbitos de la organización y los procesos editoriales se acordó que los alumnos tengan la opción de tomar cuatro cursos optativos siendo obligatorios solo 2 de ellos. També en se acordó que esos cursos tengan nombres genéricos como "Curso de apoyo".	Todos	NA
	Se acordó presentar en la siguiente reunión el perfil de ingreso y de egreso y los objetivos del programa de nivelación basándose en el trabajo que se hizo.	Todos	9 de agosto de 2011



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
 Asistencia a reunión de trabajo del 1 DE JULIO DE 2011
 Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco

Maria Elana Chan Nuñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalía Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenia García Gómez

Rosa Elena Richart Varela

Jade Ramírez

Héctor C. Farina Ojeda

Ada Lorena Guevara León



**CENTRO DE FORMACIÓN
 EN PERIODISMO DIGITAL**

Carretera Anticuada
 San Sebastián
 Jalisco, Jalisco
 46100

Teléfono: 011
 33 3628 1111
 3628 1144
 Fax: 3628 1166

<http://www.centroperiodismodigital.org>
<http://www.udg.mx>
<http://www.udg.edu.mx>

Proyecto: Nivelación de Licenciatura en Periodismo (Matriz 1 de julio de 2011)

Competencias Genéricas	Investigar	Contextualizar	Producir	Comunicar	Gestionar	Ámbitos u objetos /Proyectos
1 semestre	Diseño y técnicas para la investigación periodística (Proyecto de investigación periodística)	Contextualizar en la investigación periodística (Antecedentes de la investigación periodística)	Producción multimedia (Producto periodístico en formato multimedia)	Análisis de los paradigmas de la comunicación (Estado de la cuestión sobre nuevos modelos y canales comunicativos)	Ética y deontología del periodismo (Reflexión sobre las responsabilidades sociales del quehacer periodístico)	Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información (1) De los canales de producción de la información periodística (2) De los formatos periodísticos (3) De los tipos de investigación de investigación
2 semestre	Análisis de la percepción y necesidades de las audiencias (Diagnóstico de la percepción y necesidades de las audiencias)	Evaluación de los servicios a las audiencias (Diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias) Defensor del lector y estrategias de seguimiento de los temas de la agenda ciudadana	Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias (Encuesta de innovación para la agenda noticiosa)	Esquema y comunicación para nuevos medios y audiencias (Producto informativo nuevo para nuevos medios y audiencias)	Gestión y administración de audiencias y usuarios (Reporte de la implementación de estrategias de gestión y administración de audiencias y usuarios)	Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias (Generalidad en la construcción de la agenda informativa)

3 semestre	Análisis de las funciones y políticas editoriales	Fundamentación legal de los medios en México	Diagnóstico de las formas de producción informacional en un medio.	Innovación en la difusión informacional (Estrategias para mejorar la difusión de productos periodísticos)	Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio (Evaluación de las políticas de medio)	Mejoramiento de la organización
	Reporte o diagnóstico de las funciones editoriales	(Análisis contextual del marco legal y constitutivo de un medio)	2. Propuesta para mejorar las formas de producción de un medio.			
4 semestre	Problemática de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos	Optimización de los procesos y espacios de producción informacional	El objetivo para el mejoramiento de los procesos y espacios de la producción informacional.	Vinculación comercial e interinstitucional (Búsqueda de estrategias de vinculación y comercialización de la producción informacional)	Mejoramiento de la organización	
	(Descripción y análisis de los problemas en los procesos administrativos y editoriales de medio)					

Se acordó que sean 4 materias "optativas abiertas" que tengan los nombres genéricos "Curso de apoyo I", "Curso de apoyo II", "Curso de apoyo III" y "Curso de apoyo IV".



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Inversión en Periodismo	Ses de Reflexión (Casa de la Paz)	19, 20 his.
9 de agosto de 2011	17:12 horas	

Objetivos, perfiles de ingreso y egreso, y campos de aplicación profesional	<p>La Mtra Rosalia Orozco presentó los objetivos del programa y los perfiles de ingreso y egreso. Sobre ellos se trabajo y se delimitaron los que se integran al proyecto de inversión que se presentara para su revisión.</p> <p>Se trabajo en el objetivo general del programa y en el perfil de ingreso e ingreso</p> <p>Se trabajo en los campos de aplicación profesional del programa educativo, quedando los siguientes cuatro: Campo de la producción y comunicación periodísticas; Campo de los servicios informativos a la sociedad; Campo editorial y administrativo; Campo particular</p> <p>Se acordó que la Mtra. Rosalia Orozco trabajara la fundamentación del proyecto, pues ya tiene algo avanzado e integrará los resultados del estudio de pertinencia, mismo que se presentará a los expertos para su conocimiento en una reunión que se programe solo para él/c</p> <p>Se revisó la matriz de la curricula y se puntualizaron los expertos para el diseño de los programas sintéticos. La Mtra. Carmen Coronado impartió un taller de diseño curricular para</p>	N/A
	Todos	NA
	Todos	NA
	Todos	NA
	Todos	NA



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

No.	Orden del día	Asuntos	Resolución	Fecha correspondiente
		ayuda a quienes no sepan como se desarrolla el curso. Se dio por terminado el proceso de diseño curricular de la Especialización en Periodismo		



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo del 9 DE AGOSTO DE 2011
Asignaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco.

Maria Elena Chan Núñez	_____
Carmen Coronado Gallardo	_____
Rosalva Orozco Murillo	_____
Claudia A. Contreras Navarro	_____
José Antonio Delgado Valdivia	_____
Rosa Eugenio García Gómez	_____
Rosa Elena Richard Varela	_____
Lara Ramírez	_____
Hector C. Farina Dyeda	_____
Ada Lorena Guevara León	_____



Nivelación de Licenciatura en Periodismo

Objetivo general

La Nivelación de Licenciatura en Periodismo es un programa en línea que busca certificar, acreditar y nivelar la experiencia y formación de los periodistas y comunicadores que no cuenten con estudios superiores en periodismo o que no tengan el título o grado en ese campo profesional.

Objetivos particulares

1. Desarrollar capacidades y habilidades para la planeación, producción y difusión de productos periodísticos de calidad utilizando las Tecnologías de la Comunicación y la Información.
2. Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.
3. Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos, estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y áreas de producción y comunicación de información en organizaciones de medios de los ámbitos público y privado.
4. Ampliar las capacidades para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando aplicaciones, tecnologías y herramientas de la información y la comunicación.
5. Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que contribuya a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

Perfil de egreso

Al cursar el programa de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo los egresados tendrán el siguiente perfil

- Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo
- Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación
- Habilidad para planear y generar productos informativos en ambientes virtuales a través del uso de herramientas, tecnologías, aplicaciones y plataformas digitales.
- Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.
- Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.
- Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación
- Actitud de liderazgo para gestionar, emprender, organizar, administrar y coordinar su propia empresa informativa

- Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística.
- Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano los valores periodísticos de la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.

Campos o áreas de desempeño profesional

- **Campo de la producción y comunicación periodísticas.** En la generación de productos informativos de calidad y desarrollando e implementando estrategias para la mejora y la digitalización de procesos de producción y difusión de información en organizaciones de medios públicos y privados.
- **Campo de los servicios informativos a la sociedad.** Evaluando y diagnosticando procesos y servicios de difusión de información para la sociedad. Generando proyectos para mejorar y satisfacer las necesidades de comunicación de las audiencias y usuarios de productos y servicios informativos de un medio de comunicación.
- **Campo o área editorial y administrativa de la organización editorial.** Evaluando e implementando estrategias para la mejora y optimización de

los procesos y espacios editoriales, administrativos y comerciales de las empresas informativas

- **Campo particular.** Generando, gestionando y administrando su propio medio informativo.

Perfil de ingreso

El aspirante a ingresar a la nivelación deberá contar con los siguientes conocimientos, capacidades y habilidades:

- Experiencia profesional en el campo del periodismo y la comunicación comprobable de por lo menos cinco años
- Capacidad para analizar fenómenos y problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información
- Habilidad para el trabajo colaborativo y en red
- Capacidad para innovar, producir conocimientos y alcanzar metas y resultados en el campo del periodismo y la comunicación
- Actitud de servicio y compromiso social para mejorar el entorno a través de un trabajo profesional y ético
- Poseer certificado de preparatoria. La Junta Académica decidirá sobre casos particulares
- Acreditar un promedio general mínimo de 80 con certificación original o documento que sea equiparable de los estudios precedentes, según sea el caso.
- Poseer conocimientos básicos en sistemas de información y comunicación.
- Presentar currículo vitae
- Acreditar la competencia de lecto-comprensión del idioma inglés
- Asistir a entrevista con miembros de la junta académica
- Carta de exposición de motivos para cursar el programa

Proyecto de Nivelación en Periodismo (9 de agosto de 2011)

Competencias Genéricas	Investigar	Contextualizar	Producir	Comunicar	Gestionar	Ámbitos u objetos /Proyectos
1 semestre	<p>Diseño y técnicas para la investigación periodística</p> <p>(Proyecto de investigación periodística)</p>	<p>Contextualización de la investigación periodística</p> <p>(Antecedentes de la investigación periodística)</p>	<p>Producción multimedia</p> <p>(Producto periodístico en formato multimedia)</p>	<p>Análisis de los modelos y nuevos paradigmas de la comunicación</p> <p>(Estado de la cuestión sobre nuevos modelos y canales comunicar vps)</p>	<p>Ética y neortología del periodismo</p> <p>(Reflexión sobre las responsabilidades sociales del quehacer periodístico)</p>	<p>Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información</p> <p>(Experiencia con el uso de herramientas digitales)</p> <p>El periodismo en la era digital</p> <p>El periodismo en la era digital</p> <p>El periodismo en la era digital</p>
2 semestre	<p>Análisis de la percepción y necesidades de las audiencias</p> <p>(Diagnóstico de a percepción y necesidades de las audiencias)</p>	<p>Evaluación de los servicios a las audiencias</p> <p>(Diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias)</p> <p>Defensor del lector y estrategias de seguimiento de los temas de la agenda ciudadana</p>	<p>Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias</p> <p>(Propuesta de innovación para la agenda noticiosa)</p>	<p>Escritura y comunicación para nuevos medios y audiencias</p> <p>(Producción informativo escrito para nuevos medios y audiencias)</p>	<p>Gestión y administración de audiencias y usuarios</p> <p>(Reporte de la implementación de estrategias de gestión y administración de audiencias o usuarios)</p>	<p>Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias</p> <p>(Pluralidad en la construcción de la agenda informativa)</p>

3 semestre	Análisis de las funciones y políticas editoriales (Revisión y diagnóstico de las funciones editoriales)	Fundamentación legal de los medios en México (Análisis contextual del marco legal y constitutivo de un medio)	Diagnóstico de las formas de producción informativa (Propuesta para mejorar las formas de producción de un medio)	Innovación en la difusión informativa (Estrategias para mejorar la difusión de productos periodísticos)	Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio (Evaluación de las políticas del medio)	Mejoramiento de la organización
4 semestre	Problemática de los procesos administrativos y editoriales en los medios nacionales (Desarrollo y análisis de los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio)	Optimización de los procesos y espacios de producción informativa (Propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de la producción informativa)	Vinculación comercial e interinstitucional (Propuesta de estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa)	Mejoramiento de la organización	Mejoramiento de la organización	Mejoramiento de la organización

ANEXO 5. CONVENIOS DE COLABORACIÓN Y CARTAS DE APOYO

CONVENIO DE COLABORACIÓN QUE CELEBRAN POR UNA PARTE EL CENTRO INTERNACIONAL PARA PERIODISTAS, UBICADO EN WASHINGTON, D.C., ESTADOS UNIDOS, DENOMINADO EN LO SUCESIVO COMO "ICFJ", REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL SR. PATRICK BUTLER, Y POR OTRA PARTE, LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA, DENOMINADA EN LO SUCESIVO COMO "LA UNIVERSIDAD", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO, RECTOR GENERAL SUSTITUTO Y EL LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS, SECRETARIO GENERAL; AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

Declara ICFJ

- I. Que es una persona moral no gubernamental sin fines de lucro constituida conforme a las leyes del Distrito de Columbia, Estados Unidos.
- II. Que su representante acredita su personalidad con autoridad para realizar este tipo de contratos, facultades que a la fecha no le han sido limitadas, modificadas o restringidas en sentido alguno.
- III. Que tiene como finalidad, de acuerdo a su objeto social, iniciar, promover, fomentar, estimular, patrocinar o directamente realizar, administrar y dirigir toda clase de programas de periodismo y de cualquiera otra clase sin restricción alguna.
- IV. Que señala como domicilio legal, el inmueble ubicado en 1816 H Street, Tercer Piso, Washington, D.C. 20006, Estados Unidos.
- V. Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sr. Patrick Butler, vicepresidente de programas del ICFJ.

Declara LA UNIVERSIDAD

- I. Que es un Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propios de conformidad con lo dispuesto por el artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo Local, el día 15 de Enero de 1984, en ejecución del decreto número 15,319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II. Que como lo señalan las fracciones II y III del artículo 5 de la Ley Orgánica de la Universidad, con fines de este Casa de Estudios, organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística, rescatar, conservar, acrecentar y difundir la cultura.
- III. Que es atribución de la Universidad de Guadalajara, conforme a la fracción III, realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3º de la Constitución Federal.

- IV. Que el Rector General es la máxima autoridad ejecutiva de la Universidad, representante legal de la misma, de conformidad con el artículo 32 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- V. Que el Secretario General es el responsable de certificar los actos y hechos en los términos del artículo 40 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- VI. Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sistema de Universidad Virtual por conducto de su titular.
- VII. Que señala como domicilio legal, el inmueble ubicado en la Avenida Juárez número 875 C.P. 44170 en Guadalupe, Jalisco.

CLÁUSULAS

PRIMERA.- OBJETO.- El objeto general del presente convenio es que las partes colaboren a efecto de realizar actividades tendientes a la formación de una nueva generación de periodistas en América Latina y periodistas hispanos en Estados Unidos, basándose para tal efecto en los medios digitales.

De manera particular, las partes buscarán alcanzar, entre otros, los siguientes objetivos específicos:

- Mejorar la calidad de la información que presentan los periodistas y facilitar a los periodistas profesionales y periodistas ciudadanos, la comprensión de la tecnología existente.
- Que en la medida de lo posible las actividades académicas que se organicen contengan créditos académicos de la institución que los evalúa.

SEGUNDA.- SEMINARIOS, CURSOS Y DIPLOMADOS.- Las partes acuerdan que una de las principales actividades que implementarán para el cumplimiento del objeto del presente será la realización de seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, en las que se incluirán temas sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas al periodismo.

Al respecto queda establecido que los académicos que se encargarán de la impartición de los seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, podrán ser de cualquiera de las partes o externos a las mismas, según lo consideren conveniente.

TERCERA.- SEDE DE LOS TRABAJOS.- Acuerdan las partes que todas las actividades relacionadas con el presente, serán organizadas por las mismas desde la sede que para tal efecto establezcan en las oficinas que señale la Universidad de Guadalajara.

CUARTA.- OBLIGACIONES A CARGO DE LA UNIVERSIDAD.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio LA UNIVERSIDAD se compromete a:

- a) Aportar los recursos económicos necesarios para ofrecer cursos de capacitación profesional para periodistas hispanohablantes. Dichos recursos podrán provenir directamente de la universidad o podrán ser aportados por terceros.

- b) Facilitar dentro de sus instalaciones, los espacios que servirán como oficinas y espacios de reunión de la sede señalada en la cláusula segunda.
- c) Facilitar el uso de las computadoras, software y teléfonos que requiera el personal que trabajará en la sede.
- d) Facilitar una plataforma de enseñanza online para los cursos del Centro de Periodismo Digital que se impartan a través de su Sistema de Universidad Virtual, así como la capacitación que en su caso se requiera.
- e) Designar a la persona que fungirá como coordinador, administrador del sitio/diseñador (webmaster) y asistente administrativo de la sede. Al respecto queda establecido que dichas personas se sujetarán a lo siguiente:
 - o Realizarán las actividades que para tal efecto se acuerden entre LA UNIVERSIDAD y el ICFJ, y las cuales tendrán como propósito cumplir con el objeto del presente convenio.
 - o Deberán cubrir con las cargas honorarias que para tal efecto les asigne LA UNIVERSIDAD.
 - o Aclararán en el desarrollo de sus actividades, las indicaciones proporcionadas por la persona que designe el ICFJ para fungir como Director de la sede.

QUINTA.- OBLIGACIONES A CARGO DEL ICFJ.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio el ICFJ se compromete a:

- a) Aportar el apoyo y asesoramiento necesarios para continuar la formación profesional de periodistas hispanohablantes.
- b) Recomendar a la persona que fungirá como director del Centro de Periodismo Digital.
- c) Apoyar a LA UNIVERSIDAD en la procuración de fondos para continuar con el programa, como se plantea en el presupuesto adjunto.

SEXTA.- VIGENCIA.- Las partes convienen que el presente convenio iniciará su vigencia a partir de su firma y concluirá el 31 de diciembre de 2014, pudiendo las partes prorrogarlo previo acuerdo por escrito que para tal efecto se celebre.

SÉPTIMA.- CONVENIOS ESPECÍFICOS.- Las partes acuerdan que cualquier actividad específica que se derive de este convenio, será formalizada a través del convenio específico de colaboración correspondiente, el cual una vez signado por sus representantes institucionales tendrá plena validez y se considerará anexo del presente instrumento.

Los convenios específicos describirán, con toda precisión y según corresponda, las actividades a desarrollar, la responsabilidad de cada una de las partes, el presupuesto para cada actividad, definición de fuentes de financiamiento, personal involucrado, instalaciones y equipo a utilizar, calendario de trabajo así como todo lo necesario para determinar con exactitud los fines y alcances de cada uno de dichos convenios que serán los instrumentos operativos del presente convenio.

UCTAVA.- PROPIEDAD INTELECTUAL.- Las partes convienen en reglar en el convenio específico correspondiente, lo relativo a la propiedad de los derechos de autor, de los materiales que elaboran como resultado de las actividades conjuntas que desarrollan, así como lo correspondiente a los derechos de propiedad industrial que pudieran llegar a derivarse de los trabajos de investigación.

No obstante a lo anterior, queda establecido que los materiales y productos desarrollados previamente por cada una de las partes, tales como los materiales de los cursos, videos, audios, fotos, ilustraciones, presentaciones, apuntes, y cualquier otro producto que sea facilitado por su titular, para la realización de las actividades derivadas del presente, continuará siendo propiedad de la parte que lo facilitó.

NOVENA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA.- Las partes acuerdan que cualquiera de ellas podrá dar por terminado anticipadamente el presente convenio, previa notificación por escrito que para tal efecto dé a la otra parte con el menor cinco días y previa la celebración del finiquito correspondiente.

DÉCIMA.- CESIÓN DE DERECHOS.- Ninguna de las partes podrá ceder o transferir parcial o totalmente los derechos y las obligaciones derivadas del presente instrumento, sin el previo consentimiento por escrito de la otra, siendo responsable la parte que incumpla, de los daños y perjuicios que cause.

DÉCIMA PRIMERA.- INDEPENDENCIA DE LAS PARTES.- Nada de lo previsto en este convenio ni de las acciones que se deriven de su suscripción, podrá considerarse o interpretarse para constituir o considerar a las partes y al personal de las mismas que colabore en la ejecución de este convenio como socios, agentes, representantes o empleados uno del otro, y ninguna de las disposiciones de este convenio será interpretada para forzar a la otra parte a asumir cualquier obligación o a actuar o pretender actuar como representante de la otra.

DÉCIMA SEGUNDA.- RELACIÓN LABORAL.- Ambas partes reconocen que la relación legal entre ellas es la de dos partes independientes que celebran un convenio, tal y como se señala en este instrumento, por lo tanto queda expresamente convenido que a ninguna de las partes se le otorga el derecho o la autoridad para asumir o crear obligación o responsabilidad expresa o tácita, a nombre y cuenta de la otra parte obligarla de forma alguna.

Asimismo, queda estipulado que en caso de que alguna de las partes contrate persona alguna para el desempeño de cualquier actividad relacionada con el convenio en cuestión será bajo su propia responsabilidad, y asumiendo el carácter de patrón para todos los efectos legales correspondientes, desligando a la otra parte de cualquier conflicto que se suscite.

DÉCIMA TERCERA.- MODIFICACIÓN.- El presente convenio, podrá ser modificado previo acuerdo por escrito entre las partes y durante la vigencia del mismo, según corresponda a la normatividad aplicable, y a través de los instrumentos jurídicos correspondientes, obligándose las partes a las nuevas estipulaciones, a partir de la fecha de su firma.

DÉCIMA CUARTA.- CASO FORTUITO.- Las partes estarán exentas de toda responsabilidad, en caso de retraso, mora, o incumplimiento total o parcial de las obligaciones establecidas en el presente convenio, debido a causas de fuerza mayor o caso fortuito, entendiéndose por esto a todo acontecimiento futuro, ya sea fenómeno de la naturaleza o no, que esté fuera del dominio de la voluntad, que no pueda prevenirse o que aún previniéndose, no pueda evitarse, acordándose que al desaparecer éstas, las partes determinarán la conveniencia de continuar con el presente convenio o darlo por concluido. En caso de continuar, las partes deberán acordar las nuevas condiciones para su desarrollo.

DÉCIMA QUINTA.- NULIDAD CLÁUSULA.- Si alguna de las disposiciones contenidas en el presente convenio, llegara a declararse nula por alguna autoridad, tal situación no afectará la validez y exigibilidad del resto de las disposiciones establecidas en este convenio.

DÉCIMA SEXTA.- AVISOS O NOTIFICACIONES.- Para todos los efectos a que haya lugar a notificaciones o avisos derivados del presente convenio, estas se efectuarán por escrito en los domicilios que se han señalado en las declaraciones o en el domicilio que en su momento se notifique por escrito a la otra parte.

DÉCIMA SÉPTIMA.- USO DE TÍTULOS EN LAS CLÁUSULAS.- Los títulos o encabezados utilizados en las cláusulas, incisos o apartados de este convenio se utilizarán únicamente para facilitar la lectura de sus disposiciones y en nada afectan, restringen, limitan o amplían el alcance legal o contenido jurídico de las respectivas cláusulas.

DÉCIMA OCTAVA.- JURISDICCIÓN.- Para la interpretación, cumplimiento, controversia o cualquier cuestión derivada de este convenio, las partes convienen en someterse a las leyes aplicables del Estado de Jalisco y/o de la República Mexicana y a los Tribunales competentes de la ciudad de Guadalajara, Jalisco, renunciando desde este momento a cualquier otro que les pudiera corresponder en razón de su domicilio presente o futuro.

Las partes enteradas del contenido y alcance del presente convenio, manifiestan que en el mismo no existe mala fe, dolo o error y lo firman por triplicado en compañía de los testigos, en la ciudad de Washington, D.C., el día 23 de junio de 2000.

LA UNIVERSIDAD


DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO
RECTOR GENERAL, SUSTITUTO

LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS
SECRETARIO GENERAL

ICFJ


PATRICK BUTLER
VICEPRESIDENTE DE PROGRAMAS


SHARON BICHMAN
DIRECTORA EJECUTIVA DE NUEVOS PROYECTOS

TESTEDOS


INGRO RAFAEL MORENO CASTAÑEDA
RECTOR DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

CONVENIO ESPECIFICO DE COLABORACION QUE CELEBRAN POR UNA PARTE EL CENTRO INTERNACIONAL PARA PERIODISTAS, UBICADO EN WASHINGTON, D.C., ESTADOS UNIDOS, DENOMINADO EN LO SUCESIVO COMO "ICFJ", REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL SR. PATRICK BUTLER, Y POR OTRA PARTE, LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA, DENOMINADA EN LO SUCESIVO COMO "LA UNIVERSIDAD", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO, RECTOR GENERAL SUSTITUTO Y EL LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS, SECRETARIO GENERAL; AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS:

DECLARACIONES

Declara ICFJ

- I. Que es una persona moral no gubernamental sin fines de lucro constituida conforme a las leyes del Distrito de Columbia, Estados Unidos.
- II. Que su representante acredita su personalidad con autoridad para realizar este tipo de contratos, facultades que a la fecha no le han sido limitadas, modificadas o restringidas en sentido alguno.
- III. Que tiene como finalidad, de acuerdo a su objeto social, inicial, promover, fomentar, estimular, patrocinar o directamente realizar, administrar y dirigir toda clase de programas de periodismo y de cualquiera otra clase sin restricción alguna.
- IV. Que señala como domicilio legal, el inmueble ubicado en 1616 H Street, Tercer Piso, Washington, D.C. 20006, Estados Unidos.
- V. Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sr. Patrick Butler, vicepresidente de programas del ICFJ.

Declara LA UNIVERSIDAD

- I. Que es un Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propios de conformidad con lo dispuesto por el artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo Local, el día 15 de Enero de 1994, en ejecución del decreto número 15,319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II. Que como lo señalan las fracciones II y III del artículo 5 de la Ley Orgánica de la Universidad, son fines de esta Casa de Estudios, organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológicas y humanísticas; rescatar, conservar, acrecentar y difundir la cultura.
- III. Que es atribución de la Universidad de Guadalajara, conforme a la fracción III, realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3º de la Constitución Federal.

- IV. Que el Rector General es la máxima autoridad ejecutiva de la Universidad, representante legal de la misma, de conformidad con el artículo 32 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- V. Que el Secretario General es el responsable de certificar los actos y hechos en los términos del artículo 40 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- VI. Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sistema de Universidad Virtual por conducto de su titular.
- VII. Que señale como domicilio legal, e inmueble ubicado en la Avenida Juárez número 975, C.P. 44170 en Guadalupe, Jalisco.

CLÁUSULAS

PRIMERA.- OBJETO.- El objeto general del presente convenio es que las partes colaboren a efecto de realizar actividades tendientes a la formación de una nueva generación de periodistas en América Latina y periodistas hispanos en Estados Unidos, basándose para tal efecto en los medios digitales.

De manera particular, las partes buscarán alcanzar, entre otros, los siguientes objetivos específicos:

- Mejorar la calidad de la información que presentan los periodistas y facilitar a los periodistas profesionales y periodistas ciudadanos, la comprensión de la tecnología existente.
- Que en la medida de lo posible las actividades académicas que se organicen contengan créditos académicos de la institución que los evalúe.

SEGUNDA.- SEMINARIOS, CURSOS Y DIPLOMADOS.- Las partes acuerdan que una de las principales actividades que implementarán para el cumplimiento del objeto del presente será la realización de seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, en las que se incluirán temas sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas al periodismo.

Al respecto queda establecido que los académicos que se encargarán de la impartición de los seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, podrán ser de cualquiera de las partes o externos a las mismas, según lo consideren conveniente.

TERCERA.- SEDE DE LOS TRABAJOS.- Acuerdan las partes que todas las actividades relacionadas con el presente, serán organizadas por las mismas desde la sede que para tal efecto establezcan en las oficinas que señale la Universidad de Guadalupe.

CUARTA.- OBLIGACIONES A CARGO DE LA UNIVERSIDAD.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio LA UNIVERSIDAD se compromete a:

- a) Cumplir con las obligaciones estipuladas en el convenio general, brindar los recursos correspondientes para cubrir el salario del personal y los costos de servicios generales, lo cual ascenderá a la suma aproximada de \$54,000 dólares americanos para el año 2010.

- b) Gastos de viáticos para los participantes y ponentes de cinco cursos, aproximadamente \$50,000 dólares americanos

QUINTA.- OBLIGACIONES A CARGO DEL ICFJ.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio el ICFJ se compromete a:

Cubrir el salario y representación para el director del Centro, lo cual se traduce en \$150,000 dólares americanos al año. Esto asumiendo que el ICFJ continúe siendo patrocinado por la Fundación Knight.

SEXTA.- VIGENCIA.- Las partes convienen que el presente convenio iniciará su vigencia a partir del 1 de enero de 2010 y concluirá el 31 de diciembre de 2010.

SÉPTIMA.- PROPIEDAD INTELECTUAL.- Las partes convienen en regular en el convenio específico correspondiente, lo relativo a la propiedad de los derechos de autor, de los materiales que elaboren como resultado de las actividades conjuntas que desarrollen, así como lo correspondiente a los derechos de propiedad industrial que pudieran llegar a derivarse de los trabajos de investigación.

No obstante a lo anterior, queda establecido que los materiales y productos desarrollados previamente por cada una de las partes, tales como los materiales de los cursos, videos, audios, folios, ilustraciones, presentaciones, apuntes, y cualquier otro producto que sea facilitado por su titular, para la realización de las actividades derivadas del presente, continuará siendo propiedad de la parte que lo facilitó.

OCTAVA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA.- Las partes acuerdan que cualquiera de ellas podrá dar por terminado anticipadamente el presente convenio, previa notificación por escrito que para tal efecto dé a la otra parte con el menos cinco días y previa la celebración del finiquito correspondiente.

NOVENA.- CESIÓN DE DERECHOS.- Ninguna de las partes podrá ceder o transferir parcial o totalmente los derechos y las obligaciones derivadas del presente instrumento, sin el previo consentimiento por escrito de la otra, siendo responsable la parte que incumpla, de los daños y perjuicios que cause.

DÉCIMA.- INDEPENDENCIA DE LAS PARTES.- Nada de lo previsto en este convenio ni de las acciones que se deriven de su suscripción, podrá considerarse o interpretarse para constituir o considerar a las partes y al personal de las mismas que colabore en la ejecución de este convenio como socios, agentes, representantes o empleados uno del otro, y ninguna de las disposiciones de este convenio será interpretada para forzar a la otra parte a asumir cualquier obligación o a actuar o pretender actuar como representante de la otra.

LA UNIVERSIDAD


DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO
RECTOR GENERAL SUSTITUTO

LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS
SECRETARIO GENERAL


PATRICK BUTLER
VICEPRESIDENTE DE PROGRAMAS


SHARON ESHAM
DIRECTORA EJECUTIVA DE NUEVOS PROYECTOS

TESTIGOS


DR. MANUEL ROMERO CASTAÑEDA
RECTOR DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

El presente es para manifestar que este centro universitario apoyará al Sistema de Universidad Virtual con los expertos, asesores y personal académico que sea requerido para garantizar que la planta académica del programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo opere de forma óptima y bajo los estándares de calidad y profesionalismo que demanda la Universidad de Guadalajara.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente
"Piensa y Trabaja"

Cd. Guzmán, Municipio de Zapotlán el Grande, Jalisco, 13 de Junio del 2012


Dr. Adolfo Esquivel de los Monteros Cardenas
Rector

RECIBIDA

1001 2008



Oficio No. 238/200512/RECT
Asunto: el que se indica

MTR. MANUEL MORENO CASTAÑEDA
RECTOR DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL
DE LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
PRESENTE

El presente es para manifestar que este Centro Universitario apoyará al Sistema de Universidad Virtual con los expertos, asesores y personal académico que sea requerido para garantizar que la planta académica del programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo opere de forma óptima y bajo los estándares de calidad y profesionalismo que demanda la Universidad de Guadalajara.

Sin otro particular por el momento, me despido de Usted reiterándole las seguridades de mi consideración y respeto.

ATENTAMENTE
"PIENSA Y REBUENALO"
Ocotlán, Jalisco, a 10 de Mayo de 2012.

DR. RAUL MEDINA CENTENO
RECTOR

C.C.P. Andrés
RHC/2012

)

)

)

Oficio No. 238/200512/RECT
Asunto: el que se indica

INTRO. MANUEL MORENO CASTAÑEDA
RECTOR DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL
DE LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
PRESENTE

El presente es para manifestar que este Centro Universitario apoyará al Sistema de Universidad Virtual con los expertos, asesores y personal académico que sea requerido para garantizar que la planta académica del programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo opere de forma óptima y bajo los estándares de calidad y profesionalismo que demanda la Universidad de Guadalajara.

Sin otro particular por el momento, me despido de Usted reiterándole las seguridades de mi consideración y respeto.

ATENTAMENTE
"PIENSA Y TRABAJA"
Ocotlán, Jalisco, a 20 de Mayo de 2012.

DR. RAÚL MEDINA CENTENO
RECTOR

C.C.P. MCVW
RMC/REC



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

El presente es para manifestar que este centro universitario apoyará al Sistema de Universidad Virtual con los expertos, asesores y personal académico que sea requerido para garantizar que la planta académica del programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo opere de forma óptima y bajo los estándares de calidad y profesionalismo que demanda la Universidad de Guadalajara.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente
"Piensa y Trabaja"

Cd. Guzmán, Municipio de Zapotlán el Grande, Jalisco, 13 de Junio del 2012


Dr. Adolfo Espinoza de los Monteros Cárdenas
Rector



LA UNIVERSIDAD


DR. MARCO ANTONIO CORTES GUARDADO
RECTOR GENERAL INSTITUTO

LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS
SECRETARIO GENERAL


CFJ
PATRICK BUTLER
VICEPRESIDENTE DE PROGRAMAS


SHARON BOSHAVI
DIRECTORA EJECUTIVA DE NUEVOS PROYECTOS

TESTIGOS


DR. MANUEL MORENO CASTRO
RECTOR DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

- b) Gastos de viáticos para los participantes y ponentes de cinco cursos, aproximadamente \$50,000 dólares americanos.

QUINTA.- OBLIGACIONES A CARGO DEL ICFJ.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio el ICFJ se compromete a:

Cubrir el salario y representación para el director del Centro, lo cual se traduce en \$150,000 dólares americanos al año. Esto asumiendo que el ICFJ continúa siendo patrocinado por la Fundación Knight.

SEXTA.- VIGENCIA.- Las partes convienen que el presente convenio iniciará su vigencia a partir del 1 de enero de 2010 y concluirá el 31 de diciembre de 2010.

SEPTIMA.- PROPIEDAD INTELECTUAL.- Las partes convienen en regular en el convenio específicos correspondientes, lo relativo a la propiedad de los derechos de autor, de los materiales que elaboran como resultado de las actividades conjuntas que desarrollan, así como lo correspondiente a los derechos de propiedad industrial que pudieran llegar a derivarse de los trabajos de investigación.

No obstante a lo anterior, queda establecido que los materiales y productos desarrollados previamente por cada una de las partes, tales como los materiales de los cursos, videos, audios, fotos, ilustraciones, presentaciones, apuntes y cualquier otro producto que sea facilitado por su titular, para la realización de las actividades derivadas del presente, continuarán siendo propiedad de la parte que lo facilitó.

OCTAVA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA.- Las partes acuerdan que cualquiera de ellas podrá dar por terminado anticipadamente el presente convenio, previa notificación por escrito que para tal efecto dé a la otra parte con el menos cinco días y previa la celebración del finiquito correspondiente.

NOVENA.- CESIÓN DE DERECHOS.- Ninguna de las partes podrá ceder o transferir parcial o totalmente los derechos y las obligaciones derivadas del presente Instrumento, sin el previo consentimiento por escrito de la otra, siendo responsable la parte que incumpla, de los daños y perjuicios que cause.

DÉCIMA.- INDEPENDENCIA DE LAS PARTES.- Nada de lo previsto en este convenio ni de las acciones que se deriven de su suscripción, podrá considerarse o interpretarse para constituir o considerar a las partes y al personal de las mismas que colabore en la ejecución de este convenio como socios, agentes, representantes o empleados uno del otro, y ninguna de las disposiciones de este convenio será interpretada para forzar a la otra parte a asumir cualquier obligación o a actuar o pretender actuar como representante de la otra.

- IV. Que el Rector General es la máxima autoridad ejecutiva de la Universidad, representante legal de la misma, de conformidad con el artículo 32 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- V. Que el Secretario General es el responsable de certificar los actos y hechos en los términos del artículo 40 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- VI. Que designe como responsable para la ejecución de este contrato el Sistema de Universidad Virtual por conducto de su titular.
- VII. Que señale como domicilio legal, el inmueble ubicado en la Avenida Juárez número 975, C.P. 44170 en Guadalupe, Jalisco.

CLÁUSULAS

PRIMERA.- OBJETO.- El objeto general del presente convenio es que las partes colaboren a efecto de realizar actividades tendientes a la formación de una nueva generación de periodistas en América Latina y periodistas hispanos en Estados Unidos, basándose para tal efecto en los medios digitales.

De manera particular, las partes buscarán alcanzar, entre otros, los siguientes objetivos específicos:

- Mejorar la calidad de la información que presentan los periodistas y facilitar a los periodistas profesionales y periodistas ciudadanos, la comprensión de la tecnología existente.
- Que en la medida de lo posible las actividades académicas que se organicen contengan créditos académicos de la institución que los avale.

SEGUNDA.- SEMINARIOS, CURSOS Y DIPLOMADOS.- Las partes acuerdan que una de las principales actividades que implementarán para el cumplimiento del objeto del presente será la realización de seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, en las que se incluirán temas sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas al periodismo.

Al respecto queda establecido que los académicos que se encargarán de la impartición de los seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, podrán ser de cualquiera de las partes o externos a las mismas, según lo consideren conveniente.

TERCERA.- SEDE DE LOS TRABAJOS.- Acuerdan las partes que todas las actividades relacionadas con el presente, serán organizadas por las mismas desde la sede que para tal efecto establezcan en las oficinas que señale la Universidad de Guadalupe.

CUARTA.- OBLIGACIONES A CARGO DE LA UNIVERSIDAD.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio LA UNIVERSIDAD se compromete a:

- a) Cumplir con las obligaciones estipuladas en el convenio general, brindar los recursos correspondientes para cubrir el salario del personal y los costos de servicios generales, lo cual ascenderá a la suma aproximada de \$64,000 dólares americanos para el año 2010.

CONVENIO ESPECÍFICO DE COLABORACIÓN QUE CELEBRAN POR UNA PARTE EL CENTRO INTERNACIONAL PARA PERIODISTAS, UBICADO EN WASHINGTON, D.C., ESTADOS UNIDOS, DENOMINADO EN LO SUCESIVO COMO "ICFJ", REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL SR. PATRICK BUTLER, Y POR OTRA PARTE, LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA, DENOMINADA EN LO SUCESIVO COMO "LA UNIVERSIDAD", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO, RECTOR GENERAL SUSTITUTO Y EL LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS, SECRETARIO GENERAL, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

Declara ICFJ

- I. Que es una persona moral no gubernamental sin fines de lucro constituida conforme a las leyes del Distrito de Columbia, Estados Unidos.
- II. Que su representante acredita su personalidad con autoridad para realizar este tipo de contratos, facultades que a la fecha no le han sido limitadas, modificadas o restringidas en sentido alguno.
- III. Que tiene como finalidad, de acuerdo a su objeto social, inicial, promover, fomentar, estimular, patrocinar o directamente realizar, administrar y dirigir toda clase de programas de periodismo y de cualquiera otra clase sin restricción alguna.
- IV. Que señala como domicilio legal, el inmueble ubicado en 1616 H Street, Tercer Piso, Washington, D.C. 20006 Estados Unidos.
- V. Que designa como responsable para la ejecución de este convenio al Sr. Patrick Butler, vicepresidente de programas del ICFJ.

Declara LA UNIVERSIDAD

- I. Que es un Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propios de conformidad con lo dispuesto por el artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo Local, el día 15 de Enero de 1994, en ejecución del decreto número 15,319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II. Que como lo señalan las fracciones II y III del artículo 5 de la Ley Orgánica de la Universidad, son fines de esta Casa de Estudios, organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; rescatar, conservar, acrecentar y difundir la cultura.
- III. Que es atribución de la Universidad de Guadalajara, conforme a la fracción III realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3º de la Constitución Federal.

DÉCIMA QUINTA.- NULIDAD CLÁUSULA.- Si alguna de las disposiciones contenidas en el presente convenio, llegara a declararse nula por alguna autoridad, tal situación no afectará la validez y exigibilidad del resto de las disposiciones establecidas en este convenio.

DÉCIMA SEXTA.- AVISOS O NOTIFICACIONES.- Para todos los efectos a que haya lugar a notificaciones o avisos derivados del presente convenio, estos se efectuarán por escrito en los domicilios que se han señalado en las declaraciones o en el domicilio que en su momento se notifique por escrito a la otra parte.

DÉCIMA SÉPTIMA.- USO DE TÍTULOS EN LAS CLÁUSULAS.- Los títulos o encabezados utilizados en las cláusulas, incisos o apartados de este convenio se utilizarán únicamente para facilitar la lectura de sus disposiciones y en nada afectan, restringen, limitan o empujan el alcance legal o contenido jurídico de las respectivas cláusulas.

DÉCIMA OCTAVA.- JURISDICCIÓN.- Para la interpretación, cumplimiento, controversia o cualquier cuestión derivada de este convenio, las partes convienen en someterse a las leyes aplicables del Estado de Jalisco y/o de la República Mexicana y a los Tribunales competentes de la ciudad de Guadalajara, Jalisco, renunciando desde este momento a cualquier otro que les pudiera corresponder en razón de su domicilio presente o futuro.

Las partes enteradas del contenido y alcances del presente convenio, manifiestan que en el mismo no existe mala fe, dolo o error y lo firman por triplicado en compañía de los testigos, en la ciudad de Washington, D. C., el día 23 de junio de 2008.

LA UNIVERSIDAD


DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO
RECTOR GENERAL SUSTITUTO

LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS
SECRETARIO GENERAL

ICFJ


PATRICK BUTLER
VICEPRESIDENTE DE PROGRAMAS


SHARON SOBHAVI
DIRECTORA EJECUTIVA DE NUEVOS PROYECTOS

TESTIGOS


MTRO. MANUEL SOTERO CASTAÑEDA
RECTOR DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

No obstante a lo anterior, queda establecido que los materiales y productos desarrollados previamente por cada una de las partes, tales como los materiales de los cursos, videos, audios, fotos, ilustraciones, presentaciones, apuntes, y cualquier otro producto que sea facilitado por su titular, para la realización de las actividades derivadas del presente, continuará siendo propiedad de la parte que lo facilitó.

NOVENA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA.- Las partes acuerdan que cualquiera de ellas podrá dar por terminado anticipadamente el presente convenio previa notificación por escrito que para tal efecto dé a la otra parte con el menor cinco días y previa la celebración del finiquito correspondiente.

DÉCIMA.- CESIÓN DE DERECHOS.- Ninguna de las partes podrá ceder o transferir parcial o totalmente los derechos y las obligaciones derivadas del presente instrumento, sin el previo consentimiento por escrito de la otra, siendo responsable la parte que incurra, de los daños y perjuicios que cause.

DÉCIMA PRIMERA.- INDEPENDENCIA DE LAS PARTES.- Nada de lo previsto en este convenio ni de las acciones que se deriven de su suscripción, podrá considerarse o interpretarse para constituir o considerar a las partes y al personal de las mismas que colabore en la ejecución de este convenio como socios, agentes, representantes o empleados uno del otro, y ninguna de las disposiciones de este convenio será interpretada para forzar a la otra parte a asumir cualquier obligación o a actuar o pretender actuar como representante de la otra.

DÉCIMA SEGUNDA.- RELACIÓN LABORAL.- Ambas partes reconocen que la relación legal entre ellas es la de dos partes independientes que celebran un convenio, tal y como se señala en este instrumento, por lo tanto queda expresamente convenido que a ninguna de las partes se le otorga el derecho o la autoridad para asumir o crear obligación o responsabilidad expresa o tácita, a nombre y cuenta de la otra parte para obligarla de forma alguna.

Asimismo, queda estipulado que en caso de que alguna de las partes contrate persona alguna para el desempeño de cualquier actividad relacionada con el convenio en cuestión será bajo su propia responsabilidad, y asumiendo el carácter de patrón para todos los efectos legales correspondientes, desligando a la otra parte de cualquier conflicto que se suscite.

DÉCIMA TERCERA.- MODIFICACIÓN.- El presente convenio, podrá ser modificado previo acuerdo por escrito entre las partes y durante la vigencia del mismo, ajustándose a la normatividad aplicable, y a través de los instrumentos jurídicos correspondientes, obligándose las partes a las nuevas estipulaciones, a partir de la fecha de su firma.

DÉCIMA CUARTA.- CASO FORTUITO.- Las partes estarán exentas de toda responsabilidad, en caso de retraso, mora, o incumplimiento total o parcial de las obligaciones establecidas en el presente convenio, debido a causas de fuerza mayor o caso fortuito, entendiéndose por esto a todo acontecimiento futuro, ya sea fenómeno de la naturaleza o no, que esté fuera del dominio de la voluntad, que no pueda prevenirse o que aún previniéndose, no pueda evitarse acordándose que al desaparecer éstas, las partes determinarán la conveniencia de continuar con el presente convenio o darle por concluido. En caso de continuar, las partes deberán acordar las nuevas condiciones para su desarrollo.

- b) Facilitar dentro de sus instalaciones, los espacios que servirán como oficinas y espacios de reunión de la sede señalada en la cláusula segunda.
- c) Facilitar el uso de las computadoras, software y teléfonos que requiera el personal que trabajará en la sede.
- d) Facilitar una plataforma de enseñanza online para los cursos del Centro de Periodismo Digital que se impartan a través de su Sistema de Universidad Virtual, así como la capacitación que en su caso se requiera.
- e) Designar a la persona que fungirá como coordinador, administrador del sitio, diseñador (webmaster) y asistente administrativo de la sede. Al respecto queda establecido que dichas personas se sujetarán a lo siguiente:
 - o Realizarán las actividades que para tal efecto se acuerden entre LA UNIVERSIDAD y el ICFJ, y las cuales tendrán como propósito cumplir con el objeto del presente convenio.
 - o Deberán cubrir con las cargas honorarias que para tal efecto les asigna LA UNIVERSIDAD.
 - o Aclararán en el desarrollo de sus actividades, las indicaciones proporcionadas por la persona que designe el ICFJ para fungir como Director de la sede.

QUINTA.- OBLIGACIONES A CARGO DEL ICFJ.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio el ICFJ se compromete a:

- a) Aportar el apoyo y asesoramiento necesarios para continuar la formación profesional de periodistas hispanohablantes.
- b) Recomendar a la persona que fungirá como director del Centro de Periodismo Digital.
- c) Apoyar a LA UNIVERSIDAD en la procuración de fondos para continuar con el programa, como se plantea en el presupuesto adjunto.

SEXTA.- VIGENCIA.- Las partes convienen que el presente convenio iniciará su vigencia a partir de su firma y concluirá el 31 de diciembre de 2014, pudiendo las partes prorrogarlo previo acuerdo por escrito que para tal efecto se celebre.

SÉPTIMA.- CONVENIOS ESPECÍFICOS.- Las partes acuerdan que cualquier actividad específica que se derive de este convenio, será formalizada a través del convenio específico de colaboración correspondiente, el cual una vez signado por sus representantes institucionales tendrá plena validez y se considerará anexo del presente instrumento.

Los convenios específicos describirán, con toda precisión y según corresponda, las actividades a desarrollar, la responsabilidad de cada una de las partes, el presupuesto para cada actividad, definición de fuentes de financiamiento, personal involucrado, instalaciones y equipo a utilizar, calendario de trabajo, así como todo lo necesario para determinar con exactitud los lineas y alcances de cada uno de dichos convenios que serán los instrumentos operativos del presente convenio.

OCTAVA.- PROPIEDAD INTELECTUAL.- Las partes convienen en regular en el convenio específico correspondiente, lo relativo a la propiedad de los derechos de autor, de los materiales que elaboren como resultado de las actividades conjuntas que desarrollen, así como lo correspondiente a los derechos de propiedad industrial que pudieran llegar a derivarse de los trabajos de investigación.

- IV. Que el Rector General es la máxima autoridad ejecutiva de la Universidad, representante legal de la misma, de conformidad con el artículo 32 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- V. Que el Secretario General es el responsable de certificar los actos y hechos en los términos de: artículo 40 de la Ley Orgánica de la Universidad.
- VI. Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sistema de Universidad Virtual por conducto de su titular.
- VII. Que señala como domicilio legal, el inmueble ubicado en la Avenida Juárez número 875 C.P. 44170 en Guadaluajara, Jalisco.

CLÁUSULAS

PRIMERA.- OBJETO.- El objeto general del presente convenio es que las partes colaboran a efecto de realizar actividades tendientes a la formación de una nueva generación de periodistas en América Latina y periodistas hispanos en Estados Unidos, basándose para tal efecto en los medios digitales.

De manera particular, las partes buscarán alcanzar, entre otros los siguientes objetivos específicos:

- Mejorar la calidad de la información que presenten los periodistas y facilitar a los periodistas profesionales y periodistas ciudadanos, la comprensión de la tecnología existente.
- Que en la medida de lo posible las actividades académicas que se organicen contengan créditos académicos de la institución que los evalúe.

SEGUNDA.- SEMINARIOS, CURSOS Y DIPLOMADOS.- Las partes acuerdan que una de las principales actividades que implementarán para el cumplimiento del objeto del presente será la realización de seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, en las que se incluirán temas sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas al periodismo.

Al respecto queda establecido que los académicos que se encargarán de la impartición de los seminarios, cursos, diplomados y demás actividades académicas, podrán ser de cualquiera de las partes o externos a las mismas, según lo consideren convenientes.

TERCERA.- SEDE DE LOS TRABAJOS.- Acuerdan las partes que todas las actividades relacionadas con el presente, serán organizadas por las mismas desde la sede que para tal efecto establezcan en las oficinas que señale la Universidad de Guadalajara.

CUARTA.- OBLIGACIONES A CARGO DE LA UNIVERSIDAD.- Para el cumplimiento del objeto del presente convenio LA UNIVERSIDAD se compromete a:

- a) Aponer los recursos económicos necesarios para ofrecer cursos de capacitación profesional para periodistas hispanohablantes. Dichos recursos podrán provenir directamente de la universidad o podrán ser aportados por terceros.

ANEXO 5. CONVENIOS DE COLABORACIÓN Y CARTAS DE APOYO

CONVENIO DE COLABORACIÓN QUE CELEBRAN POR UNA PARTE EL CENTRO INTERNACIONAL PARA PERUONISTAS, UBICADO EN WASHINGTON, D.C., ESTADOS UNIDOS, DENOMINADO EN LO SUCESIVO COMO "ICFJ", REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL SR. PATRICK BUTLER, Y POR OTRA PARTE, LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA, DENOMINADA EN LO SUCESIVO COMO "LA UNIVERSIDAD", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL DR. MARCO ANTONIO CORTÉS GUARDADO, RECTOR GENERAL SUSTITUTO Y EL LIC. JOSÉ ALFREDO PEÑA RAMOS, SECRETARIO GENERAL; AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

Declara ICFJ

- I. Que es una persona moral no gubernamental sin fines de lucro constituida conforme a las leyes del Distrito de Columbia, Estados Unidos
- II. Que su representante acredita su personalidad con autoridad para realizar este tipo de contratos, facultades que a la fecha no le han sido limitadas, modificadas o restringidas en sentido alguno.
- III. Que tiene como finalidad, de acuerdo a su objeto social, iniciar, promover, fomentar, estimular, patrocinar o directamente realizar, administrar y dirigir toda clase de programas de periodismo y de cualquiera otra clase sin restricción alguna.
- IV. Que señala como domicilio legal, el inmueble ubicado en 1616 H Street, Tercer Piso, Washington, D.C. 20006, Estados Unidos.
- V. Que designa como responsable para la ejecución de este contrato al Sr. Patrick Butler, vicepresidente de programas del ICFJ.

Declara LA UNIVERSIDAD

- I. Que es un Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propios de conformidad con lo dispuesto por el artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el ejecutivo Local, el día 15 de Enero de 1994, en ejecución del decreto número 15,319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II. Que como lo señalan las fracciones II y III del artículo 5 de la Ley Orgánica de la Universidad, son fines de esta Casa de Estudios, organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; rescatar, conservar, acrecentar y difundir la cultura
- III. Que es atribución de la Universidad de Guadalajara, conforme a la fracción II, realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstas en el artículo 3º de la Constitución Federal.

3 semestre	Análisis de las funciones y políticas editoriales (Requerido diagnóstico de las funciones editoriales)	Fundamentación legal de los medios en México (Análisis contextual del marco legal y constitutivo de un medio)	Diagnóstico de las formas de producción informativa (Pregunta para mejorar las formas de producción de un medio)	Innovación en la difusión informativa (Estrategias para mejorar la difusión de productos periodísticos)	Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio (Evaluación de las políticas del medio)	Mejoramiento de la organización
4 semestre	Problemática de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos (Desarrollo y análisis de los procesos en los procesos administrativos y editoriales de medio)	Optimización de los procesos y etapas de producción informativa (Propuesta para el mejoramiento de los procesos y etapas de producción informativa)	Vinculación comercial e interinstitucional (Propuesta de estrategias de vinculación e interinstitucional)	Mejoramiento de la organización	Mejoramiento de la organización	Mejoramiento de la organización

Proyecto de Nivelación en Periodismo (9 de agosto de 2011)

Competencias genéricas	Investigar	Contextualizar	Producir	Comunicar	Gestionar	Ámbitos u objetos /Proyectos
1 semestre	Diseño y técnicas para la investigación periodística (Proyecto de investigación periodística)	Contextualización de la investigación periodística (Antecedentes de la investigación periodística)	Producción multimedia (Producto periodístico en formato multimedia)	Análisis de los modelos y nuevos paradigmas de la comunicación (Estado de la cuestión sobre nuevos modelos y canales comunicativos)	Ética y deontología del periodismo (Reflexión sobre las responsabilidades sociales del quehacer periodístico)	Mejoramiento de la producción mediática en la sociedad de la información (1. Un proyecto o pieza de investigación periodística en formato multimedia 2. Guión o editorial reflexiva en proceso de investigación)
2 semestre	Análisis de la percepción y necesidades de las audiencias (Diagnóstico de la percepción y necesidades de las audiencias)	Evaluación de los servicios a las audiencias (Diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias) (Defensor del lector y estrategias de seguimiento de los temas de la agenda ciudadana)	Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias (Propuesta de innovación para la agenda noticiosa)	Escritura y comunicación para nuevos medios y audiencias (Producto informativo escrito para nuevos medios y audiencias)	Gestión y administración de audiencias y usuarios (Reportes de la implementación de estrategias de gestión y administración de audiencias o usuarios)	Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias (Pluralidad en la construcción de la agenda informativa)

los procesos y espacios editoriales, administrativos y comerciales de las empresas informativas

- **Campo particular.** Generando, gestionando y administrando su propio medio informativo

Perfil de ingreso

El aspirante a ingresar a la nivelación deberá contar con los siguientes conocimientos, capacidades y habilidades:

- Experiencia profesional en el campo del periodismo y la comunicación comprobable de por lo menos cinco años
- Capacidad para analizar fenómenos y problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información
- Habilidad para el trabajo colaborativo y en red
- Capacidad para innovar, producir conocimientos y alcanzar metas y resultados en el campo del periodismo y la comunicación
- Actitud de servicio y compromiso social para mejorar el entorno a través de un trabajo profesional y ético
- Poseer certificado de preparatoria. La Junta Académica decidirá sobre casos particulares
- Acreditar un promedio general mínimo de 80 con certificación original o documento que sea equiparable de los estudios precedentes, según sea el caso.
- Poseer conocimientos básicos en sistemas de información y comunicación.
- Presentar currículum vitae
- Acreditar la competencia de lecto-comprensión del idioma Inglés
- Asistir a entrevista con miembros de la junta académica
- Carta de exposición de motivos para cursar el programa

- Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística
- Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano los valores periodísticos de la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.

Campos o áreas de desempeño profesional

- **Campo de la producción y comunicación periodísticas.** En la generación de productos informativos de calidad y desarrollando e implementando estrategias para la mejora y la digitalización de procesos de producción y difusión de información en organizaciones de medios públicas y privadas.
- **Campo de los servicios informativos a la sociedad.** Evaluando y diagnosticando procesos y servicios de difusión de información para la sociedad. Generando proyectos para mejorar y satisfacer las necesidades de comunicación de las audiencias y usuarios de productos y servicios informativos de un medio de comunicación.
- **Campo o área editorial y administrativa de la organización editorial.** Evaluando e implementando estrategias para la mejora y optimización de

Perfil de egreso

Al cursar el programa de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo los egresados tendrán el siguiente perfil:

- Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo
- Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación
- Habilidad para planear y generar productos informativos en ambientes virtuales a través de uso de herramientas tecnológicas, aplicaciones y plataformas digitales
- Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.
- Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.
- Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación
- Actitud de liderazgo para gestionar, emprender, organizar, administrar y coordinar su propia empresa informativa

Nivelación de Licenciatura en Periodismo

Objetivo general

La Nivelación de Licenciatura en Periodismo es un programa en línea que busca certificar, acreditar y nivelar la experiencia y formación de los periodistas y comunicadores que no cuenten con estudios superiores en periodismo o que no tengan el título o grado en ese campo profesional.

Objetivos particulares

1. Desarrollar capacidades y habilidades para la planeación, producción y difusión de productos periodísticos de calidad utilizando las Tecnologías de la Comunicación y la Información.
2. Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.
3. Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos, estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y áreas de producción y comunicación de información en organizaciones de medios de los ámbitos público y privado.
4. Ampliar las capacidades para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando aplicaciones, tecnologías y herramientas de la información y la comunicación.
5. Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
 Asistencia a reunión de trabajo del 5 DE AGOSTO DE 2011
 Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco.

Maria Elena Char Nuñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalba Orozco Muriel

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elena Richart Varela

Iade Ramirez

Héctor E. Farina Ojeda

Ada Lorena Guevara Leon



Av. Universidad 1001
 Guadalajara Jalisco
 44100 México

Teléfono: 444 310 2000
 Fax: 444 310 2000
 E-mail: cfd@udg.mx

http://www.centroperiodismodigital.org
 C.F.P.D. Centro de Formación en Periodismo Digital
 Universidad de Guadalajara



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Orden del día	Asuntos	Responsables	Fecha de cumplimiento
	ayudar a quienes no sepan como se desarrolla este proceso. Se dio por terminado el proceso de diseño curricular de la Mediación en Periodismo		



Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

Programa de Actualización en Periodismo Digital	MINUTA
Lugar	Sala de Rectoría (Casa de la Paz)
Fecha	17 de mayo
Hora	11:30 hrs.
Asistentes	Mano Real
Asistentes	Mano Real
Asistentes	Mano Real

Objetivos, perfiles de ingreso y egreso, y campos de aplicación profesional	Resumen	Responsable	Fecha
1	<p>La Mtra. ROSA QUINTANA presentó los lineamientos del programa y los perfil de ingreso y egreso. Sobre el tema se trabajó y se delimitó los que se elevarán al proyecto de investigación que se presentará para su revisión.</p> <p>Se finalizó en el copio general del programa y en el perfil de ingreso y egreso.</p> <p>Se trabajó en los campos de aplicación profesional de la periodización y comunicación dentro de los campos de los servicios, vinculados a la sociedad. Cambio editorial y administrativo. Campo particular.</p> <p>Se acordó que la Mtra. ROSA QUINTANA trabaje en la fundamentación del proyecto, pues ya tiene algo avanzado e involucrará los resultados del estudio de Pinar del Mar que se presentará a los expertos para su conocimiento en una reunión que se realizará solo para él.</p> <p>Se revisó la matriz de la currícula y se pasó el copy de aquellos para el diseño de los programas e internet. La Mtra. Carmen Contreras imprimió un taller de diseño particular para</p>	Mano Real	17 de mayo

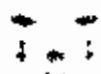
3 semestre	Análisis de las funciones y políticas editoriales	Fundamentación legal de los medios en México	Diagnóstico de las formas de producción informativa en un medio	Innovación en la difusión informativa (Estrategia para mejorar la difusión de productos periodísticos)	Análisis de las funciones y políticas administrativas del medio (Evaluación de las políticas de medio)	Mejoramiento de la organización
4 semestre	Problemática de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos (Descripción y análisis de los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio)	Análisis contextual del marco legal y constitutivo de un medio	Optimización de los procesos y equipos de producción informativa (Propuesta para el mejoramiento de los procesos y equipos de la producción informativa)	Vinculación comercial e interinstitucional (Propuesta de estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa)		Mejoramiento de la organización

Se acordó que sean 4 materias "optativas alternas" que tengan los nombres genéricos "Curso de apoyo I", "Curso de apoyo II", "Curso de apoyo III" y

"Curso de apoyo IV"

Proyecto: Nivelación de Licenciatura en Periodismo (Matriz 1 de julio de 2011)

Competencias 1 semestre	Investigar	Contextualizar	Producir	Comunicar	Gestionar	Ámbitos u objetos /Proyectos
1 semestre	Diseño y técnicas para la investigación periodística	Contextualización de la investigación periodística	Producción multimedial	Análisis de los modelos y nuevos paradigmas de la comunicación	Ética y deontología del periodismo	Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información
	[Proyecto de investigación periodística]	[Antecedentes de la investigación periodística]	[Producto periodístico en formato multimedia]	[Medios de comunicación sobre nuevos medios y canales comunicativos]	[Cuestionamientos sobre la responsabilidad social del periodista]	[Proyecto de investigación periodística]
2 semestre	Análisis de la percepción y necesidades de las audiencias	Evaluación de los servicios a las audiencias	Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias	Escritura y comunicación para nuevos medios y audiencias	Gestión y administración de audiencias y usuarios	Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias
	[Estrategia de la percepción y necesidades de las audiencias]	[Diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias]	[Campaña de innovación para la agenda noticiosa]	[Producto informativo escrito para nuevos medios y audiencias]	[Mejoramiento de la implementación de estrategias de gestión y administración de audiencias]	[Proyecto de la construcción de la agenda informativa]
		Defensor del lector y estrategias de seguimiento de los temas de la agenda ciudadana				



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo del 1 DE JULIO DE 2011
Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco.

Maria Elena Chan Núñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosalía Orozco Murillo

Claudia M. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenia García Gómez

Rosa Elena Richart Varela

José Ramírez

Héctor C. Farina Ojeda

Ada Lorena Guevara León





Minuta

Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

MINUTA

Programa de Mivación en Periodismo	Lugar	Sal a de Realiza (Casa de la Paz
1 de junio de 2011	Inicio/Fin	hora final
07	Horas de duración	hora de inicio

No.	Orden del día	Asuntos	Responsable	Fecha compromiso
1	Matriz curricular de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo	<p>Se trató en la reunión de las actividades que se realizarán en los próximos cuatrimestres y los primeros tres semestres de los cursos de nivelación de la Unidad de Aprendizaje de la Licenciatura en Periodismo. En el último semestre quedará el curso de cultura digital. En el último semestre quedará el curso de cultura digital. En el último semestre quedará el curso de cultura digital. En el último semestre quedará el curso de cultura digital.</p> <p>Se determinó muy bien los actores de los cuatro cursos de proyecto o mejoramiento de la organización.</p> <p>Debido a que es una nivelación que se enfocó en el análisis, evaluación y mejoramiento de las distintas áreas de la organización y los procesos editoriales se acordó que los alumnos tengan a disposición de leer cuatro cursos relativos al medio digital. Se acordó que se organicen los cursos de los siguientes temas como cursos de apoyo.</p> <p>Se acordó presentar en la siguiente reunión el perfil de ingreso y de egreso y los capítulos del programa de nivelación de la licenciatura en periodismo.</p>	<p>Indes</p> <p>Todos</p> <p>Todos</p> <p>Todos</p>	<p>1 de A</p> <p>1 de A</p> <p>1 de A</p> <p>9 de agosto de 2011</p>

Optativas de especialización: (Falta de unirse a los debates abiertos)

(Escribir nombre)

- 1) Producción de audio
- 2) Producción de vídeo
- 3) Periodismo en la Internet
- 4) Estrategias de comunicación corporativa.
- 5) Gestión y planes de mercado
- 6) Nuevas tecnologías y sociedad de la información

Optativas de apoyo

- 1) Teorías de los géneros periodísticos
- 2) Estilo y redacción periodística
- 3) Fotoperiodismo
- 4) Sociología de la comunicación (teorías)
- 5) Legitimación de medios

Matriz Nivelación en Periodismo (10 de junio de 2011)

Genéricas	Investigar	Contextualizar	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar
Ámbitos u Objetivos Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de información	Diseño y técnicas para la investigación periodística (Proyecto de investigación periodística)	Contextualización de la investigación periodística (Avances de la investigación periodística)	Producción y edición informativa (Fundación de investigación periodística)	Análisis de las funciones editoriales (Repartido diagnóstico de las funciones editoriales)	Innovación en la difusión informativa (Estrategia de difusión de la investigación periodística)	Ética y deontología del periodismo (Estrategias de planificación periodística o investigación)
Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias (plazalida en la construcción de la agenda informativa)	Análisis de la percepción y necesidades de las audiencias (Diagnóstico de la percepción y necesidades de las audiencias)	Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de las audiencias	Evaluación de los servicios a las audiencias (Diagnóstico de los servicios de las audiencias)	Propuesta de innovaciones para la agenda noticiosa	Gestión y administración de audiencias usuarias (Resolución de la implementación de estrategias de gestión y administración de audiencias usuarias)	
Mejoramiento de la organización	Problemática de los procesos organizacionales en los medios noticiosos (Descripción y análisis de los procesos organizacionales en los medios)	Optimización de los procesos y espacios informativos (Propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios informativos)	Análisis de las políticas editoriales, organizacionales, comerciales e institucionales del medio (Evaluación de las políticas del medio)	Vinculación comercial e interinstitucional (Propuestas de estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa)		



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo del 10 DE JUNIO DE 2011
Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco

María Elena Chan Nuñez

Carmen Coronado Gallardo

Rosa Isidro Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Elena Richart Varela

Jade Ramírez

Héctor C. Farina Ojeda

Ada Lorena Guevara León





Minuta

Universidad de Guadalupe
Sistema de Universidad Virtual
Centro de Formación en Periodismo Digital

MINUTA

Asamblea	Programa de Nivelación en Periodismo	Lugar	Sede de Reunión (Casa de la Paz)	Fecha	Hora Inicial	Hora Final
10 de junio de 2011	10	Módulo de Periodismo	1 de julio de 2011	19:35 hrs	17:30 hrs	17:30 hrs
No.	Orden del día	Asignatura	Responsable	Fecha de cumplimiento		
1	Manifiesto curricular de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo	<p>Se revisaron las características programáticas de producción de la unidad de aprendizaje que presentarán los camuflados. Los cuales se acordó que era el producto que se debía de presentar por cada curso de todos los niveles.</p> <p>Se trabajó en la definición de materias o unidades de aprendizaje que podrán darse por cada semestre y se les asignó a diferentes profesores.</p> <p>Identificadas mejor</p> <p>Se acordó presentar un cuestionario del orden que tendrán las materias por semestre. La reunión tendrá una duración de 4 semanas o dos años, considerando el número de unidades de aprendizaje que quisiera diseñar en la unidad.</p> <p>Se hizo un ajuste de las materias que podrán ser de especialización, falta definir si se diseñan con nombre propio o tendrán un nombre respaldado. Se acordó trabajar sobre ello en la siguiente reunión.</p>	Todos	NA		
			Todos	NA		
			Todos	de julio de 2011		
			Todos	1 de julio de 2011		

Proyecto de Involución en Periodismo | matriz 27 de mayo de 2011

Genericas	Investigar	Contextualizar	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar	Desarrollar aplicaciones tecnológicas
Ambitos y Objetos Mejoramiento de la producción noticiosa	Diseño y técnicas de investigación periodística	Contextualización de la investigación periodística	Producción informativa (Producto de investigación periodística)	Análisis de las funciones editoriales	Innovación en la edición informativa	Ética y deontología del periodismo	Producción y edición de información.
	(Proyecto de investigación periodística)	(Antecedentes de la investigación periodística)	3	(Reporte o diagnóstico de las funciones editoriales)	(Estrategia de difusión de la investigación periodística)	(Reflexión sobre el quehacer periodístico)	
Mejoramiento y diversificación de los servicios a las audiencias	Análisis de la percepción de las audiencias	Identificación de las necesidades de las audiencias.	Construcción de la agenda informativa con base en necesidades de audiencias	Evaluación de los servicios a las audiencias.	Análisis sobre tipos de audiencias.	Gestión de usuarios y redes sociales.	Mejora de los servicios informativos para las audiencias
	1	2			4	5	
Mejoramiento de la organización	Problematicación de los procesos organizacionales en los medios noticiosos	Procesos organizacionales del medio	Nuevas tecnologías para la producción de información.	Políticas editoriales organizacionales y comerciales	Estrategias mercadológicas en los servicios informativos	Vinculación comercial e inter-institucional	Herramientas tecnológicas para la producción informativa



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a reunión de trabajo del 27 DE MAYO DE 2011
Instalaciones del Sistema de Universidad Virtual, Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Nuñez

Carmen Coronado Galardo

Rosalía Orozco Murillo

Claudia A. Contreras Navarro

José Antonio Delgado Valdivia

Rosa Eugenio García Gómez

Rosa Fléna Richard Varela

Jade Ramirez

Héctor C. Farina Diedo

Ada Lorena Guevara León



CENTRO DE FORMACIÓN
EN PERIODISMO DIGITAL

Av. Universidad 1001
Col. Jardines de
Guadalajara, Jalisco
C.P. 44100

Tel: 33 36 14 01
Ext: 44233
Cel: 33 36 14 01
Ext: 44233

<http://www.centroperiodismodigital.udg.mx>

Correo electrónico:
centroperiodismodigital@udg.mx



Minuta

Universidad de Guadalajara
 Sistema de Universidad Virtual
 Centro de Formación en Periodismo Digital

MINUTA

Asunto	Programa de Nivelación en Periodismo		
Fecha	27 de Mayo de 2011	Lugar	Sala de Sactana, Casa de la Paz
Hora de Inicio	17:00 hrs.	Hora (fin)	19:30 hrs.
	Por definir	Hora propuesta	17:00 hrs.

No.	Orden del día	Asesor	Responsable	Fecha convocada
1	Matriz de Competencias para la Nivelación de Licenciatura en Periodismo	Los compañeros presentarán las matrices con nombres de materias que proponen a cada unidad de aprendizaje. Después se evaluará el diseño o proponerá una nueva matriz los que carecen más acierto.	Todos	Próxima reunión
	Se trabajará en los detalles que se entregaban o trabajarán por cada materia o unidad de aprendizaje y se presentará en la minuta. Se acordó nombrar de trabajar en todos los productos, para presentarlos en la próxima reunión.		Todos	Próxima reunión
	Se acordó trabajar en las propuestas de proyectos que se requieren por cada unidad o objeto de aprendizaje que se sea un proyecto que integre o aglutine todas las competencias de ese ámbito.		Todos	Próxima reunión
	La Minuta convocará vía correo a la próxima reunión.		Milva Rosalia Cruz	NA

Proyecto de Nivelación de Licenciatura en Periodismo (matriz 13 de mayo de 2011)

	Investigar	Contactualizar	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar	Desarrollar aplicaciones tecnológicas
1. Ambitos u Objetos	Investigación y Técnicas de Investigación	Contextualización de la producción periodística	Técnicas para la producción informativa	Coordinación y dirección editorial	Innovación en la difusión informática	Ética de periodismo	Software para la producción y edición de información
2. Mejoramiento y diversificación de los servicios a las audiencias	Análisis de la percepción de las audiencias	Identificación de las necesidades de las audiencias	Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de audiencias (ciudadanos)	Evaluación de los servicios a la audiencia	Tipos de audiencias	Gestión de plataformas y redes sociales	Mejora de los servicios informativos para las audiencias
3. Mejoramiento de la organización	Problemáticas de los procesos organizacionales en los medios noticiosos	Procesos organizacionales de medios	Nuevas tecnologías para la producción de la información	Políticas editoriales, organizacionales y comerciales	Estrategias mercadológicas en los servicios informáticos	Vinculación con la comunicación empresarial	Herramientas tecnológicas para la producción informativa



PROGRAMA DE NIVELACIÓN EN PERIODISMO
Asistencia a quinta reunión
13 DE MAYO DEL 2013
Guadalajara, Jalisco

Maria Elena Chan Núñez

[Handwritten signature]

Carmen Coronado Gallardo

[Handwritten signature]

Rosalba Orozco Murrillo

[Handwritten signature]

Claudia A. Contreras Navarro

[Handwritten signature]

Jose Antonio Delgado Valdivia

[Handwritten signature]

Rosa Eugenia Garcia Gomez

[Handwritten signature]

Rosa Lina Richard Varela

[Handwritten signature]

Jefe Ramirez

[Handwritten signature]

Hector C. Farina Ojeda

[Handwritten signature]

Lorena Suevara

[Handwritten signature]



Proyecto de Nivelación - Periodismo (matriz reunión 8 de abril)

Genericas Ambitos u Objetos	Investigar (Técnicas métodos)	Contextualizar (Estado de la cuestión, estrategias, fundamentación)	Producir	Organizar	Comunicar	Gestionar	integrar/la aplicaciones tecnológicas
Mejoramiento de la producción noticiosa	Investigación de la producción noticiosa	Contextualización de la producción noticiosa	X	X	X	X	X
Mejoramiento y diversificación de los servicios a las audiencias	Investigación de las audiencias	Análisis de las audiencias (Macro)	X	X	X	X	X
Mejoramiento de la organización	Investigación de la organización	X	X	X	X	X	X

Pensar: ¿Que tipo de proyecto se en cada bloque, que producto se ve en la materia

Agregar materias de socialización y optativas de apoyo



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Sistema de Universidad Virtual



PROPUESTA DE NIVELACIÓN PARA LA LICENCIATURA EN PERIODISMO

Guadalajara, Jalisco, Febrero de 2012

)

)

)

CONTENIDO

■ Fundamentación del programa

1.1 Aspecto social

1.2 Aspecto institucional

2. Estructura y organización curricular

■ Objetivos del programa

2.2 Perfiles de ingreso y egreso

2.3 Estructura del plan de estudios

2.4 Plan de estudios

3. Metodología empleada en la construcción curricular

3.1 Diseño del plan de estudios

4. Criterios para implementar el programa

5. Plan de evaluación y actualización curricular

6. Recursos para implementar el programa

6.1 Planta académica y perfil de los profesores

6.2 Infraestructura tecnológica

6.3 Recursos financieros

Anexos

Anexo 1. Estudios de pertinencia

Anexo 2. Currículos de los profesores de tiempo completo

Anexo 3. Programas sintéticos de las unidades de aprendizaje

)

)

)

1. FUNDAMENTACIÓN DEL PROGRAMA

1.1 Aspecto social

En los últimos años las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han transformado prácticamente todos los ámbitos de la vida social, afectando de forma particular los procesos relacionados con la producción, distribución y comunicación de información.

Los cambios tecnológicos han impulsado el surgimiento de nuevos medios y la adaptación de medios tradicionales a las necesidades que impone el contexto social en la era digital, donde confluyen tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana.

El uso y penetración de Internet en las sociedades contemporáneas ha dado como resultado el surgimiento de nuevos medios exclusivamente digitales, lo cual tiene un papel transformador al posibilitar y multiplicar las opciones y capacidades comunicativas, dando pie a más flujos de datos y de información.

Alrededor del mundo, los dueños de los medios, los comunicadores y los periodistas han visto llegar nuevas herramientas, aplicaciones y plataformas tecnológicas que les permiten producir, gestionar y difundir información.

El impacto que ha tenido Internet y las TIC en la producción y comunicación de contenidos ha ocasionado que las empresas de medios incorporen a sus redacciones o espacios editoriales nuevas áreas de producción de periodismo digital y multimedia, lo que ha traído consigo la demanda social de un profesional más especializado y mejor capacitado en esas áreas de la comunicación.

Según datos del estudio *Hábitos de los usuarios de Internet en México*, en marzo de 2011 había en el país 34.9 millones de usuarios de internet; y la principal actividad relacionada con los medios de comunicación es consultar o leer el periódico en línea,

3

3

3

lo que incluye ver videos y escuchar noticias en audio¹.

Debido al aumento de la penetración de Internet en el país, se proyecta que cada vez serán más las personas que accederán o buscarán información periodística a través de plataformas móviles y de dispositivos que distribuyen información a través de la web.

Las tendencias a nivel internacional poco a poco permean la realidad laboral del país y vuelven imperante la necesidad de profesionalizar, actualizar y nivelar los conocimientos, habilidades y competencias profesionales de quienes ejercen profesionalmente actividades en el campo de la comunicación y el periodismo.

El entorno social actual demanda que los periodistas tengan un dominio más amplio de competencias relacionadas con el uso y la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación, pero además se vuelve necesario que estos profesionales dominen competencias relacionadas con la contextualización, la investigación y el análisis de problemáticas y fenómenos sociales contemporáneos.

En un contexto donde convergen tecnología y medios de comunicación y donde se establecen nuevos modelos productivos en las empresas de información, es de suma importancia actualizar, nivelar y adaptar a las necesidades sociales los perfiles profesionales, dando énfasis a un mayor uso, dominio y conocimiento de plataformas y aplicaciones tecnológicas, pero sobre todo, poniendo énfasis en el desarrollo de competencias para el análisis, la investigación e innovación en el campo de la comunicación.

México enfrenta un proceso de transición democrática marcado por logros y problemas sociales y económicos. Una de los pilares fundamentales para consolidar y ampliar una cultura democrática tiene que ver con la calidad de la información que se genera y se difunde a través de distintos medios y plataformas informativas.

Según datos del *Padrón de Medios Impresos*, de la Secretaría de Gobernación, en México existen 848 periódicos y revistas que se dedican a producir noticias de interés

¹ Datos extraídos del reporte del año 2011 de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Documento disponible en línea en la página: <http://www.amipci.org.mx/estudios> (consultado el 15 de mayo de 2011).

)

)

)

general². En Jalisco están registrados ante la Secretaría de Gobernación 21 medios impresos³.

En el caso de los medios electrónicos, según datos de la organización Nuestros Medios, en el año 2009 existían en México 461 canales de televisión y 820 estaciones de radio con permiso para operar.

Las cadenas de Televisión dominantes son Televisa (con 257 canales) y TV Azteca (con 180 canales). Otros canales importantes del sector y que producen información de interés general son Milenio Televisión, Proyecto 40, Efecto TV, Canal 22 y Canal Once, los dos últimos se financian con recursos públicos.

En el caso de la radiodifusión, doce cadenas se reparten las 820 estaciones de radio. Las más importantes a nivel nacional y que dominan el espectro radioeléctrico son: Radio Fórmula, Grupo Acir, MVS Radio, Televisa Radio y Radiorama. Cada una de ellas produce programas noticiosos que difunden información a través de sus estaciones e Internet.

Además, más de la mitad de los estados de la república cuentan con sistemas de comunicación en radio y televisión, mismos que tienen páginas web donde se difunde información.

En la Zona Metropolitana de Guadalajara existen 15 grupos de radio que operan 50 estaciones radiofónicas. Los más importantes son Unidifusión, Radiorama de Occidente, Promomedios y Grupo Acir. El primero tiene la que se considera la primera agencia informativa de radio en México: Notisistema, que reproduce sus noticieros en 16 estaciones de Jalisco, nueve de la Zona Metropolitana de Guadalajara y siete en otros estados.

En la capital de Jalisco operan también dos estaciones de radio que son sostenidas con recursos públicos: Radio Universidad de Guadalajara (con ocho estaciones en red en distintas regiones del estado) y el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión.

² *Padrón de Medios Impresos*. Información disponible en la página web de la Secretaría de Gobernación: <http://www.gobernacion.gob.mx/PNMI/> (consultada el 19 mayo de 2011).

³ *Padrón de Medios Impresos*. Información disponible en la página web de la Secretaría de Gobernación: http://www.gobernacion.gob.mx/PNMI/PNMP_consulta2.php (consultada el 19 de mayo de 2011).

)

)

)

Conscientes de que en nuestro país existe una alta concentración de los sistemas de medios de comunicación, uno de los retos más grandes que tienen las universidades que ofertan programas educativos de periodismo y comunicación es dotar a sus alumnos de las competencias que les permitan generar plataformas noticiosas donde difundan información de calidad.

De acuerdo con el *Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo* llevado a cabo por el Sistema de Universidad Virtual y que se aplicó a 45 periodistas y cinco directivos de distintas organizaciones de medios de la Zona Metropolitana de Guadalajara y del Distrito Federal, el 50 por ciento de los entrevistados cree que son mejor pagados los periodistas que saben utilizar las tecnologías de la información y que se capacitan o actualizan de forma permanente.⁴

En cuanto a las necesidades de profesionalización, los intereses de los periodistas consultados se centran en el uso de herramientas digitales y plataformas tecnológicas para la difusión y producción de información, así como en el manejo de habilidades y competencias para la redacción de contenidos para Internet. Además, los cinco directivos de medios mencionaron que dos de las habilidades más importantes que buscan al contratar periodistas son la capacidad de análisis y de investigación.

Atendiendo al contexto social descrito y a las necesidades de formación y profesionalización de periodistas y comunicadores que no cuentan con el grado de licenciatura en la especialidad del periodismo, la Universidad de Guadalajara a través del Sistema de Universidad Virtual propone crear el programa académico **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**.

Un dato relevante que arrojó el estudio de pertinencia es que de los 45 periodistas entrevistados, más del 33 por ciento no contaba con título de licenciatura. Si consideramos que muchos de los que dijeron que sí tenían el grado no estudiaron carreras afines al área de la comunicación, y que los consultados viven en zonas urbanas, tenemos que la demanda social del programa **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** puede ser muy alta, pues en las ciudades pequeñas es altamente probable

⁴ Ver resultados generales del *Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo*. Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara. Agosto de 2011. ANEXO 1

)

)

)

que quienes trabajan como periodistas cuenten sólo con preparatoria y que no hayan cursado estudios profesionales.

Otro estudio que revela cuáles son los requerimientos de capacitación y profesionalización entre periodistas de la región es *Necesidades de Formación para Medios Digitales en América Latina*, coordinado por Guillermo Franco en el 2009. En él se recabaron opiniones de 588 profesionales de la comunicación que trabajaban en 43 diferentes organizaciones de radio, televisión, prensa escrita, blogs, instituciones gubernamentales, universidades y centros de investigación. México fue el segundo país con más participantes en el estudio, después de Colombia⁵.

De los entrevistados solo el 34.6% había tomado cursos cortos relacionados con el periodismo digital; el resto 65.4% aprendieron a usar la web de manera autodidacta.

Los datos que arrojó la investigación de Guillermo Franco revelan que la mayor necesidad de formación para los periodistas es aprender a crear productos multimedia (26%), le siguen cómo escribir para Internet (22%) y en tercer lugar está aprender a administrar y gestionar comunidades y usuarios de Internet (11%).⁶

Emprender y administrar una empresa informativa en Internet, también es un tema de interés para los periodistas, aunque siguen siendo necesidades apremiantes de formación profesional, aquéllas que tienen que ver con aprender a redactar correctamente y resolver dilemas éticos. Todas estas habilidades están consideradas en el programa de **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**.

Una de las conclusiones a las que llega Guillermo Franco en su estudio es que América Latina "pide a gritos una buena formación en periodismo y particularmente en periodismo digital. La respuesta para que esta oferta sea masiva y de alto alcance es Internet. Hasta ahora, salvo algunas excepciones, la educación formal y presencial no ha logrado integrar todos los conocimientos y habilidades que le permitirían a los egresados desempeñarse de manera plena en el mundo digital". (2009, p. 14).

⁵ El estudio fue financiado por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Versión digital disponible en la página: http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/AECID/Documentos_AECID/fnpi_sondeo-1.pdf

⁶ Ver detalles en la página: http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=124673&sid=26

3

3

3

En una entrevista online difundida en el sitio web de Universia, Franco asegura que en la actualidad es necesario formar periodistas con mentalidad de emprendedores y no con mentalidad de empleados. Además, dice "el mercado laboral para medios en Internet es monstruoso", pues hay necesidad de empresas privadas, organizaciones sociales e instituciones públicas de contratar expertos profesionales en periodismo que sepan cómo producir, gestionar y difundir información en línea o a través de Internet⁷.

La pertinencia de ofertar el programa académico **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** se sustenta tanto en los resultados sobre las necesidades de formación de periodistas y comunicadores arrojados en los estudios antes citados, así como en el contexto social descrito sobre la gran cantidad de medios que existen en el país, donde hay cientos de "periodistas" formados empíricamente, con carreras trucas o sin una formación universitaria en el campo de la comunicación y el periodismo; esto debido a que durante muchos años para ejercer en esa área los medios de comunicación no exigían el título.

Además, hay que considerar que existe un porcentaje alto de periodistas y comunicadores del sector público y privado, que aunque tienen el grado de licenciatura, estudiaron otras carreras que no son afines al campo de la comunicación, por lo que podrían estar interesados en obtener el título de Licenciatura en Periodismo.

El grupo objetivo al que está dirigida la nivelación está conformado principalmente por periodistas y comunicadores con experiencia que por diferentes razones no tienen el grado de Licenciatura en Periodismo. Entre ellos se encuentran quienes no pudieron terminar su carrera, estudiaron especialidades ajenas a la comunicación o simplemente desean actualizar y nivelar sus conocimientos, habilidades y competencias en el campo del periodismo.

El escritor colombiano Premio Nobel de Literatura, Gabriel García Márquez, y quien fuera en su juventud periodista, asegura que en las carreras de comunicación y

⁷ Entrevista en video difundida en la página: <http://formacion-peru.universiablogs.net/tag/guillermo-franco/> (consultada el 15 de marzo de 2010).

3

3

3

periodismo se deben reforzar las áreas técnicas básicas como narración y la investigación periodística; y que siempre se debe considerar la ética. El diseño curricular de la nivelación se ancla precisamente en las competencias genéricas de la investigación y el análisis y da un peso importante a la dimensión ética de la profesión; aunque también está enfocada a reforzar las habilidades para la evaluación y diagnóstico de sistemas y procesos informativos.

Debido a todo lo anteriormente expuesto, se considera que la propuesta de crear en la Universidad de Guadalajara la **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**, en la modalidad a distancia, es pertinente y necesaria en el contexto social actual, ya que ofrecerá un espacio académico accesible para que los periodistas y comunicadores que deseen nivelar, actualizar y profesionalizar su formación, puedan hacerlo sin verse obligados a abandonar su trabajo.

1.2 Aspecto institucional

En el año 2010 se cumplieron 50 años de la existencia de programas académicos dedicados al estudio de la Comunicación y el periodismo en México.

En el estudio *Mapa de los Centros y Programas de Formación de Comunicadores y Periodistas en América Latina y el Caribe* (Unesco- Felafacs, 2009), en el capítulo correspondiente a México, se señala que de acuerdo con datos del periodo 2006-2007 de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), hay 462 programas de Comunicación y sus subespecialidades; de esos, más de 40 se especializan en la formación profesional del periodismo⁸.

De acuerdo con datos de la ANUIES la distribución de programas de Comunicación atiende a la siguiente proporción: Centro (34.40%); Centro Occidente (19.50%); Sur-Sureste (17.90); Noreste (17.20%); Noroeste (11%).

⁸ María Antonieta Rebeil coordinó el estudio en México y fue financiado por la UNESCO y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Resultados disponibles en línea en la página: <http://www.felafacs.org/unesco/>

El *Catálogo de Carreras de Licenciatura en Universidades e Institutos Tecnológicos (2007)*, editado por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) también está en línea: http://www.anules.mx/servicios/c_licenciatura/index2.php

3

3

3

Si consideramos los datos de la ANUIES, a nivel nacional la carrera de comunicación se ofrece en más de 45 especializaciones, muchas de ellas tienen una orientación formativa en ingeniería para el desarrollo de tecnologías y no con fines de comunicación periodística.

En México no existe hasta la fecha ningún programa académico escolarizado ni en modalidad a distancia que ofrezca nivelar los conocimientos, habilidades y competencias de comunicadores y periodistas, ofreciéndoles optar por un grado de licenciatura; de ahí que la oferta del programa **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** sea pertinente y necesario en el contexto nacional.

Cabe señalar que en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, con sede en el Distrito Federal, se ofrece la acreditación o equivalencia a la Licenciatura en Periodismo mediante un "Examen General de Conocimientos". Esta acreditación se oferta con base en el Acuerdo No. 286 de la Secretaría de Educación Pública; está dirigida a personas que han adquirido mediante una forma autodidacta o por medio de la experiencia laboral las habilidades propias de la profesión del periodismo, pero no ofrece ningún tipo de formación ni profesionalización a los periodistas.

M.A. Rebeil y J. Hidalgo (2009) señalan que la Secretaría de Educación Pública registró en el ciclo (2006-2007), un total de 72,224 estudiantes inscritos en programas afines a la comunicación; y que en ese mismo periodo egresaron 11,974 estudiantes.

Los autores explican también que según datos de la *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo* que realizan la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) a través de su Observatorio Laboral, para el año 2008 había 135 mil profesionales de comunicación con empleo. Ello significó un incremento de 12 mil empleos con respecto al año 2007.

En América Latina, sólo dos universidades ofrecen programas de nivelación, uno es la Universidad de la Plata, en Argentina; y la otra es la Universidad de San Carlos, en Guatemala. Ambos programas son escolarizados, el segundo se ofrece incluso como un curso propedéutico para nivelar a los aspirantes a cursar la Licenciatura en Periodismo. Esto quiere decir que el programa que propone el Sistema de Universidad Virtual, podría tener también una alta demanda a nivel internacional.

)

)

)

En cuanto a la cantidad de posgrados del campo de la Comunicación en México Fuentes Navarro (2011) señala que existen cincuenta programas, de los cuales sólo ocho han alcanzado la acreditación oficial “de calidad” académica, y únicamente cinco se consideran “consolidados”.

Los programas de posgrado incluidos en el Padrón Nacional de Posgrado de Calidad (PNPC) del CONACYT se enfocan a la investigación de fenómenos de la comunicación desde perspectivas socio-culturales. Dos de ellos están en Jalisco (UdeG e ITESO). Ningún posgrado de calidad se especializa en periodismo.⁹

La Universidad de Guadalajara cuenta actualmente con dos programas de pregrado en el campo de la comunicación: la Licenciatura en Comunicación Pública, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH); y la Licenciatura en Periodismo, que se oferta en dos centros universitarios regionales (Cuciénega y Cusur).

El 21 de octubre de 2011, el Consejo General Universitario de la Universidad de Guadalajara aprobó el dictamen de creación de la Maestría en Periodismo Digital, programa de posgrado profesionalizante en la modalidad a distancia que se ofertará en el Sistema de Universidad Virtual (SUV) e iniciará cursos en el 2012.

Otro posgrado que oferta la Universidad de Guadalajara es la Maestría en Comunicación, adscrita al Departamento de Estudios de la Comunicación Social, uno de los centros de investigación con más producción académica de calidad en ese campo del conocimiento a nivel nacional e internacional.

En cuanto a la producción académica en el campo de la comunicación, Fuentes Navarro (2011) presenta un análisis y sistematización de los productos de investigación registrados en la base de datos del sitio Documentación en Ciencias de la Comunicación (ccdoc). En la siguiente gráfica puede apreciarse de forma comparativa el desarrollo evolutivo que ha tenido la producción académica en ese campo.

⁹ Para detalles sobre el tema consultar la página web del Padrón Nacional de Posgrado de Calidad: http://www.uson.mx/avisos/padron_nacional_de_posgrado.pdf

)

)

)

Cuadro n. 1: Productos publicados de la investigación de la Comunicación en, por formato y lustro, 1960-2009 (ccdoc)

Lustro	Libros	Capítulos	Artículos	Total
1960-1964	0	0	2	2 (0.0%)
1965-1969	11	1	1	13 (0.3%)
1970-1974	15	0	34	49 (1.1%)
1975-1979	44	7	121	172 (3.8%)
1980-1984	117	35	173	328 (7.3%)
1985-1989	102	130	239	472 (10.7%)
1990-1994	114	190	419	723 (16.4%)
1995-1999	103	267	531	901 (20.2%)
2000-2004	134	453	480	1067 (23.9%)
2005-2009	78	203	358	639 (14.3%)
Totales	718 (16.1%)	1304 (30.5%)	2388 (53.4%)	4410 (100%)

Aquí cabe señalar que de acuerdo con datos que proporciona el mismo autor, la Universidad de Guadalajara es la tercera institución con más producción académica en el campo de la comunicación, la primera es la UNAM y le sigue la UAM.

Desde el 2008 el Sistema de Universidad Virtual a través del Centro de Formación en Periodismo Digital ha ofrecido educación continua en materia de gestión, conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías en el ámbito periodístico. Se ha capacitado y profesionalizado a periodistas, comunicadores y académicos de México y de otros 24 países.

Hasta marzo del 2011, 500 profesionales tomaron cursos para aprender a crear páginas web y producir contenidos con herramientas y recursos multimedia, entre otros. La mayoría de los cursos se ha impartido en modalidad a distancia y mixta.

A lo largo de tres años, el SUV ha logrado integrar una red de expertos formadores en periodismo digital, y si a ello sumamos la experiencia y la planta de investigadores y académicos especializados en el campo de la comunicación con los que cuenta la Universidad de Guadalajara, veremos que la fortaleza académica de la institución es amplia y pertinente para abrir un programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo en la modalidad a distancia o en línea.

)

)

)

La oferta educativa en ambientes virtuales de aprendizaje o en la modalidad a distancia se ha caracterizado por su alta flexibilidad, ya que atiende a personas con necesidades de profesionalización y formación que requieren de una oferta educativa posible de ser cursada sin abandono del trabajo.

En el caso del periodismo y la comunicación, el ámbito laboral se convierte en fuente principal de la formación, ya que la práctica es requerida, y las problemáticas reales constituyen los objetos de intervención del currículum, de ahí que la **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** se haya diseñado para ser ofertada en la modalidad a distancia.

El SUV ofrece actualmente seis programas de pregrado y uno de educación media superior en la modalidad a distancia bajo el sistema de créditos. El estudiante, en nuestro modelo académico, es el centro del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los programas educativos diseñados en la modalidad a distancia tienen en común y como ventajas competitivas:

- Su diseño y oferta en vinculación con organizaciones o grupos del sector productivo o a través de redes de formación e investigación: la modalidad a distancia y la formación en ambientes virtuales suele ser una respuesta pertinente y factible para atender a poblaciones con necesidades de formación que no suelen ser atendidas por la oferta educativa convencional y escolarizada. Así mismo los entornos virtuales facilitan el trabajo de las redes de formación e investigación independientemente de la ubicación geográfica de sus integrantes.
- Esta tendencia a la conformación de redes de formación aprovechando la potencialidad de los entornos virtuales, ayuda a consolidar la vinculación entre universidad y sector productivo tan requerida y buscada a través de diversas estrategias. En el caso de la **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**, el campo de conocimiento es idóneo para impartirse en un ambiente de aprendizaje virtual, pues su modelo académico se enfoca en la gestión del conocimiento y

)

)

)

el aprendizaje en ambientes virtuales, articulándose dentro de la problemática que supone el desarrollo y evolución de las TIC y la transformación del periodismo y del campo de las Ciencias de la Comunicación.

- Otra característica común de los programas en línea es que basan su aprendizaje en problemáticas que requieren de un marco de contextualización local-global, demostrando una ventaja formativa en la integración de grupos compuestos por personas ubicadas en distintas regiones, como parte de una estrategia para incidir en el reconocimiento de parámetros y formas de actuación que definan un campo profesional emergente.
- El cambio constante de las tecnologías disponibles y su evolución, hace que siempre estén identificadas como "nuevas tecnologías", y se aplique el adjetivo "nuevas" a las tecnologías de información y comunicación, que son las que están caracterizando los modos de producción de conocimiento en la era postindustrial. La deslocalización de las nuevas tecnologías, su extraterritorialidad y ubicuidad, colocan al campo como necesario de tratamiento desde ópticas multidisciplinares, inter-institucionales e internacionales, atributos que colocan a la modalidad a distancia como la mejor estrategia para la conformación de redes de formación e investigación.
- Todos los programas educativos ofrecidos en ambientes virtuales de aprendizaje, por el Sistema de Universidad Virtual tienen un alto componente de innovación de las prácticas por la introducción de dos elementos: por una parte la sistematización informativa propia de la práctica profesional y la gestión del conocimiento con uso de tecnologías de información y comunicación; y como segundo elemento la formación basada en la gestión de proyectos. Ambas características se explican a detalle en el apartado relativo al modelo curricular en este mismo documento.
- Surgen ante la observación de demanda explícita de una población ya definida en sus intereses de formación, a través de programas formales y de educación continua en la propia universidad, así como de los agentes implicados en el

)

)

)

desarrollo de esos programas formativos, provenientes de diversas organizaciones y universidades.

- La operación es totalmente en línea a través de diversos dispositivos tecnológicos para apoyar el estudio independiente, el seguimiento de proyectos, la asesoría y la colaboración entre pares.

Los programas de pregrado que se ofertan en la modalidad a distancia son reconocidos por la Secretaría de Educación Pública como espacios académicos "privilegiados para ampliar los horizontes de la educación". En ese sentido el programa de **Nivelación de Licenciatura en Periodismo** responde a una necesidad social porque es una opción educativa que atenderá a personas que trabajan y desean combinar esa actividad con el estudio.

La Universidad de Guadalajara tiene convenios de colaboración con centros e instituciones nacionales e internacionales que se especializan en la formación de periodistas y comunicadores, tales como el Centro Internacional para Periodistas (International Center For Joournalists) y la Universidad Pontificia Bolivariana, por lo que se podrán establecer redes de colaboración académica para trabajar en laboratorios virtuales o remotos, en la codirección de proyectos, intercambio de profesores y expertos disciplinares y en investigaciones de fenómenos enfocados en el periodismo. Como institución académica comprometida con la formación superior, la investigación de calidad, la formación académica y la profesionalización de perfiles laborales que requiere el entorno social, la Universidad de Guadalajara propone abrir la **Nivelación de Licenciatura en Periodismo**, primera en su tipo en México y América Latina.

Al abrir un programa de pregrado que busca nivelar y profesionalizar la formación académica de los periodistas y comunicadores, la Universidad de Guadalajara cumplirá con una de las metas planteadas en el Plan de Desarrollo Institucional en la línea estratégica de Formación y Docencia.

2. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR

2.1 Objetivos del programa

3

3

3

OBJETIVO GENERAL

La Nivelación de Licenciatura en Periodismo es un programa en línea para certificar, acreditar y nivelar la experiencia y formación de los periodistas y comunicadores que no cuenten con estudios superiores en periodismo o que no tengan el título de licenciatura en ese campo profesional.

OBJETIVOS PARTICULARES

1. Desarrollar capacidades y habilidades para la planeación, producción y difusión de productos periodísticos de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
2. Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.
3. Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos, estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y áreas de producción y comunicación de información en organizaciones de medios de los ámbitos público y privado.
4. Ampliar las capacidades para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando aplicaciones, tecnologías y herramientas de la información y la comunicación.
5. Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

2.2 Perfiles de Ingreso y egreso

Perfil de ingreso

El aspirante a ingresar a la nivelación deberá contar con los siguientes conocimientos, capacidades y habilidades:

)

)

)

- Capacidad para identificar fenómenos y problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información.
- Habilidad para el trabajo colaborativo y en red.
- Capacidad para innovar, producir conocimientos y alcanzar metas y resultados en el campo del periodismo y la comunicación.
- Actitud de servicio y compromiso social para mejorar el entorno a través de un trabajo profesional y ético.
- Capacidad para redactar de forma clara y precisa.
- Poseer conocimientos básicos en computación y navegación en Internet.
- Capacidad de autogestión en la búsqueda de información y la organización del tiempo de dedicación al programa de nivelación.

Perfil de egreso

Al cursar el programa de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo los egresados tendrán el siguiente perfil:

- Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística.
- Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.
- Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo.
- Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.

)

)

)

- **Habilidad para planear y generar productos informativos en ambientes virtuales a través del uso de herramientas, tecnologías, aplicaciones y plataformas digitales.**
- **Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.**
- **Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.**
- **Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.**
- **Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.**
- **Actitud de liderazgo para gestionar, emprender y administrar su propia empresa informativa.**

Campos o áreas de desempeño profesional

- **Campo de la producción y comunicación periodísticas.** En la generación de productos informativos de calidad y desarrollando e implementando estrategias para la mejora y la digitalización de procesos de producción y difusión de información en organizaciones de medios públicas y privadas.
- **Campo de los servicios informativos a la sociedad.** Evaluando y diagnosticando procesos y servicios de difusión de información para la sociedad. Generando proyectos para mejorar y satisfacer las necesidades de comunicación de las audiencias y usuarios de productos y servicios informativos de un medio de comunicación.
- **Campo o área editorial y administrativa de la organización editorial.** Evaluando e implementando estrategias para la mejora y optimización de los

)

)

)

procesos y espacios editoriales, administrativos y comerciales de las empresas informativas.

- **Campo particular.** Generando, gestionando y administrando su propio medio informativo.

2.3 Estructura del plan de estudios

Atributos del programa de la licenciatura propuesta

Se pueden considerar los siguientes rasgos como definitorios del programa de Nivelación de la Licenciatura en Periodismo:

- Se trata de un programa diseñado para ser cursado a distancia con un soporte educativo en línea y con acompañamiento de un asesor.
- El programa está estructurado por ejes de formación integrados en función de las siguientes competencias genéricas: investigación, contextualización, producción, comunicación y gestión.
- La naturaleza del diseño de la licenciatura implica que se establezcan acuerdos con instituciones en donde se desenvuelve el profesional del periodismo, a fin de que pueda realizar proyectos, prácticas o tareas que le son asignadas en los cursos.
- El *currículum* está organizado para que cada ciclo se lleve a cabo un proyecto integrador en donde se manifiesten las competencias establecidas en las asignaturas de la trayectoria que el estudiante haya elegido.
- El *currículum* requiere, por la razón arriba expuesta, un fuerte trabajo para cada participante en el programa, y a su vez la constante práctica del trabajo en equipo y la colaboración, como elementos intrínsecos de las competencias de la licenciatura.
- El programa se administra por créditos, y éstos están calculados en función de la carga horaria destinada a la ejecución de los diversos tipos de tareas: estudio independiente, indagaciones, producciones, prácticas y actividades colaborativas.

2

3

4

2.4 Plan de estudios

Nivelación de Licenciatura en Periodismo

Áreas de Formación	Créditos	Porcentaje
Área de Formación Básica Común	70	23 %
Área de Formación Básica Particular	130	42 %
Área de Formación Especializante	64	21 %
Área de Formación Optativa Abierta	12	4 %
Experiencia profesional en el campo de la comunicación y el periodismo	30	10 %
Totales	306	100%

Área de Formación Básica Común					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Producción multimedia	CT	42	83	125	12
Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación	C	75	0	75	10
Análisis de la percepción y necesidades de los consumidores de información periodística	CT	42	83	125	12
Evaluación de los servicios informativos a las audiencias	CT	42	83	125	12
Fundamentación legal de los medios en México	CT	42	83	125	12
Vinculación comercial e Interinstitucional	CT	42	83	125	12
Totales		285	415	700	70

Área de Formación Básica Particular					
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS
Diseño y técnicas para la investigación periodística	CT	35	70	105	10
Contextualización de la investigación periodística	C	75	0	75	10
Ética y deontología del periodismo	C	75	0	75	10
Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de las audiencias	CT	35	70	105	10
Escritura para nuevos medios y audiencias	CT	42	83	125	12
Gestión y administración de audiencias y usuarios	CT	42	83	125	12
Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio	CT	35	70	105	10
Diagnóstico de las formas de producción informativa	CT	42	83	125	12
Innovación en la difusión informativa	CT	35	70	105	10
Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio	CT	35	70	105	10
Problematización de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos	CT	42	83	125	12
Optimización de los procesos y espacios de producción informativa	CT	42	83	125	12
Totales		535	765	1900	130

)

)

)

Área de Formación Especializante						
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS	
Proyecto 1	CT	72	83	155	16	
Proyecto 2	CT	72	83	155	16	
Proyecto 3	CT	72	83	155	16	
Proyecto 4	CT	72	83	155	16	
Totales			288	332	620	64

Área de Formación Optativa Abierta						
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	TIPO	H.T.	H.P.	HORAS	CRÉDITOS	
Curso de Apoyo I	CT	20	40	75	6	
Curso de Apoyo II	CT	20	40	75	6	
Curso de Apoyo III	CT	20	40	75	6	
Curso de Apoyo IV	CT	20	40	75	6	
Totales			80	160	240	24

Tipo = Tipo de curso

C= Curso

CT= Curso Taller

T= Taller

H.T. = Horas Teoría

H.P. = Horas Práctica

Los proyectos de ciclo tendrán los siguientes propósitos:

Proyecto 1: Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información

Proyecto 2: Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias

Proyecto 3: Mejoramiento de la organización -diagnóstico

Proyecto 4: Propuesta de mejoramiento de la organización

Los 30 créditos que se refieren a la experiencia en el campo profesional de la comunicación y el periodismo, se obtendrán presentando constancias de trabajo y/o portafolio con evidencias de producciones periodísticas de por lo menos cinco años.

)

)

)

3. METODOLOGÍA EMPLEADA EN LA CONSTRUCCIÓN CURRICULAR

3.1 Diseño del plan de estudios

Para el diseño curricular de la nivelación se formó un equipo de trabajo en el cual participaron expertos en periodismo y comunicación del Sistema de Universidad Virtual, del Centro Universitario de la Ciénega y del Centro Universitario del Sur, así como por otros profesionistas, externos a la UDG, que laboran en radio y periodismo impreso.

Es importante mencionar que en el trabajo de diseño curricular de la Nivelación se valoraron los procesos realizados en la creación y el rediseño de la Licenciatura en Periodismo, ofrecida por dos centros regionales de la Universidad de Guadalajara.

Se organizó el ejercicio a través de los siguientes procesos:

Problematización-Contextualización: este proceso consistió en la identificación de problemáticas sociales a las cuales se pretendería dar respuesta con la oferta de un programa educativo como la Nivelación en Licenciatura en Periodismo. La problematización incluyó una recuperación histórica y la lectura de las condiciones que demostraron como posible y necesario el programa.

Estudios para la fundamentación. Se realizó un estudio de carácter diagnóstico (que se incluye en el Anexo 1 de este documento) y desde su lectura e interpretación se procedió a enlistar las características generales del programa y a definir el perfil de sus ingresantes y egresados. Para la determinación de los requerimientos actuales de un profesional en el campo del periodismo se tomó en cuenta el punto de vista de empleadores, profesores e investigadores de la UDG, profesionistas del campo del periodismo y posibles aspirantes a cursar el programa de nivelación (personas que trabajan en el ámbito periodístico pero que no cuentan con un título que avale sus competencias). Fue particularmente importante para el grupo el estudio de otros programas similares con modalidad tanto virtual como presencial.

)

)

)

Fundamentación filosófica y definición de los principios básicos de la propuesta educativa. La fundamentación filosófica del programa se integró retomando el modelo para la innovación educativa propuesto por el SUV. Aplicando los principios básicos del modelo, se realizó el diseño curricular, cuyos resultados se presentan en el cuerpo de este documento. Se puede resumir en este punto que básicamente el modelo alude a tres componentes: principios sobre el aprendizaje, tipos de aprendizaje y modos de aprender, y que siendo estos elementos los ejes de la discusión, se reconocieron como ejes básicos para el armado de la propuesta curricular. Por otra parte, se procedió a determinar los valores y los paradigmas desde los cuales el egresado ejercerá su práctica profesional. Estos valores quedaron explicitados en el perfil de egreso.

Diseño del plan de estudios. El diseño del plan de estudios surgió del análisis de competencias orientado por los principios del aprendizaje del modelo del Sistema de Universidad Virtual: autogestión, creatividad, significación y participación. Esto permitió reconocer campos de formación, ejes y trayectorias, así como la definición de las cargas de trabajo y formas de acreditación.

El diseño del plan de estudios surgió del reconocimiento de campos problemáticos y de los correspondientes saberes requeridos para su intervención. El ejercicio inició perfilando al egresado en función de los rasgos del periodista en activo, en sus diferentes dimensiones: comunicativa, administrativa, investigativa, ética y legal. Esto permitió reconocer campos de formación, ejes y trayectorias, así como la definición de las cargas de trabajo y modos de acreditación.

Explicitación del modelo pedagógico. Se definieron las etapas de formación considerando un modelo basado en el desarrollo de proyectos. De modo que se definieron dos grandes etapas: la relativa a la investigación diagnóstica que culmina en la planeación de la propuesta, y la etapa de su gestión y evaluación de la misma. Se continuó con la caracterización de los elementos básicos del sistema formativo de soporte para las trayectorias definidas: modelos de docencia, de evaluación, de acreditación, de medios y tipos de materiales a utilizar. Así mismo

)

)

)

se definió el tipo de soporte en el que se concretarán los apoyos académicos para el aprendizaje, la gestión de los ambientes de trabajo, en resumen, de los criterios para el manejo metodológico de las trayectorias formativas.

Explicitación de implicaciones administrativas. A partir de todas las operaciones metodológicas anteriores, se identificaron todas las operaciones económico-administrativas y legales que se requieren para soportar las trayectorias formativas.

A continuación se explica el proceso de diseño en sus diferentes fases, considerando la formulación progresiva de los núcleos de formación tal y como se definieron por la discusión colegiada.

FASES Y PRODUCTOS DEL DISEÑO CURRICULAR

A) PROBLEMATIZACIÓN:

El grupo de discusión, con base en la lectura del diagnóstico, y retomando su experiencia en el campo del periodismo, elaboró el siguiente punteo de las problemáticas identificadas:

- Indefinición de las líneas editoriales
- Indefinición de las agendas noticiosas
- Faltan medios de calidad
- Mal periodismo regional, subordinado al poder político. Sobreviven por recibir dinero gubernamental, no por publicidad; se supeditan a dinero que el gobierno facilita
- Falta de independencia del medio
- Falta de agencias informativas
- Concentración de medios y falta de opciones informativas
- Sociedad desinformada o parcialmente informada
- Falta de posicionamiento de la información local como relevante
- Desconocimiento de las agenda ciudadanas

3

3

3

- Desconocimiento de las problemáticas de las ciudades pequeñas, aislamiento, falta de acceso a la agenda mediática
- Falta de visión global y conexión de lo regional en lo global
- Descontextualización de la información
- No hay sentido de apropiación de la información por parte de la sociedad
- La gente no gestiona su información
- Exceso de información
- Pocos lectores
- Falta de participación democrática

B) DEFINICIÓN DEL PERFIL DE EGRESO EN FUNCIÓN DE LA VISIÓN PROBLEMÁTICA

Como respuesta a la problemática identificada, se mencionaron conductas y prácticas adecuadas. El producto fue la siguiente tabla:

Problemática	Línea de intervención
Falta de medios de calidad	Gestión de la calidad
Falta de medios con responsabilidad social	Definición de políticas
	Organización
	Administración
	Procurar protección y seguridad del periodista
Centralismo en la información	Indagación y definición de agenda social
Dependencia de los medios a los poderes político, económico, religioso...	Independencia
Concentración de medios y falta de regulación	Emprendedurismo
	Creación de tercer sector
	Periodismo en línea
La información no se presenta para ser apropiada por la gente	Gestión de comunidades: ofrecimiento de productos con los que las comunidades se identifiquen
Falta de cultura informativa en la población	Planteamiento de reglas para los medios,

)

)

)

	<p>promoción de regulaciones</p> <p>Promoción de las propuestas del usuario.</p> <p>Promoción de la producción de contenidos del usuario- por las propuestas locales/cercanas</p> <p>Provocación – Capacidad de propuesta de los temas para provocar al usuario</p>
Exceso de producción de información por diversos actores sin documentación, fundamentación	<p>Formación de audiencias</p> <p>Procesamiento, organización de la información producida por las audiencias</p>
Necesidades diversificadas frente a la información por parte de distintos tipos de usuarios	Gestión de servicios digitales de información personalizados
Falta de fundamentación, contrastación, investigación	Investigación: gestión de información
Falta de precisión en el reporteo	
Necesidad de diversificación de los temas de interés público	Producción noticiosa
Necesidad de denuncia de problemas o situaciones que requieren observación, escrutinio, movilización a la acción	Narrar
Falta de información para la toma de decisiones	Uso de manuales de estilo
Confusión ante cantidad de información	
Incertidumbre	
Desorientación	

Con base en la columna de líneas de intervención se elaboró el perfil de egreso que aparece en el apartado correspondiente de este documento. Para llevar a cabo las tareas explicitadas en dicho perfil de egreso, se definieron primeramente cinco

)

)

)

grandes competencias o competencias genéricas: **contextualización, producción, investigación, gestión de la organización y gestión de comunidades.**

c) ÁMBITOS Y PROCESOS

Una vez reconocidas los tipos de saberes pertinentes para la intervención de la problemática descrita por el grupo de discusión, se procedió a identificar los ámbitos de ejercicio del periodismo.

Para identificar dichos ámbitos se pensó, primeramente, en objetos de estudio, tales como: la información, las herramientas tecnológicas, la calidad, el cooperativismo y la red de cobertura noticiosa. Sin embargo, dicha lógica de organización no convenció al equipo y se acordó finalmente que los ámbitos serían tres: **la producción noticiosa, los servicios informativos y la organización productora de dichos servicios.**

Enseguida se muestra un cuadro de doble entrada en el que aparecen las competencias genéricas y los ámbitos acordados:

Competencias genéricas	Investigación	Contextualización	Producción	Comunicación	Gestión
Ámbitos					
Producción noticiosa					
Servicios informativos					
Organización					

D) DESGLOSE DE LAS UNIDADES FORMATIVAS

Después se procedió a definir las competencias específicas que se derivan de las competencias genéricas o ejes formativos. Para ello se utilizó un cuadro como el anterior, en el que el eje horizontal contempla los ámbitos de desempeño del periodista, y el eje vertical, las competencias genéricas. Se agregó a la derecha otra columna para anotar el proyecto de ciclo que los estudiantes elaborarán, en función

)

)

)

del ámbito correspondiente. Así, el primer ciclo el estudiante elaborará un proyecto relacionado con la mejora de la producción noticiosa en la actual sociedad de la información; en el segundo, un proyecto que tenga como propósito la mejora de los servicios informativos para las audiencias; en el tercero y cuarto ciclos, el proyecto buscará la mejora de la organización: en tercero, mediante la elaboración de un diagnóstico de la misma, y en cuarto, la propuesta de mejora con base en el citado diagnóstico.

En función de estos proyectos y con base en los ejes de formación, se definieron las competencias específicas necesarias para lograr el perfil de egreso, mismas que se fueron anotando en la celda correspondiente del cuadro de doble entrada.

A las competencias derivadas de las competencias genéricas se les llama indistintamente unidades de competencia, unidades de aprendizaje o unidades de formación. En este documento, para ser congruentes con el modelo de diseño curricular que se siguió, les llamaremos unidades de competencia.

El siguiente cuadro muestra la malla curricular resultante, con sus unidades de competencia por ciclo escolar:

Competencias genéricas	Investigación	Contextualización	Producción	Comunicación	Gestión	Proyecto
Ámbito de la producción noticiosa	Diseño y técnicas para la investigación periodística	Contextualización de la investigación periodística	Producción multimedia	Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación	Ética y deontología del periodismo	Proyecto 1 Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información

)

)

)

Ámbito de los servicios informativos	Análisis de la percepción y necesidades de los consumidores de información periodística	Evaluación de los servicios informativos a las audiencias	Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de las audiencias	Escritura para nuevos medios y audiencias	Gestión y administración de audiencias y usuarios	Proyecto 2 Mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias
Ámbito de la organización	Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio	Fundamentación legal de los medios en México	Diagnóstico de las formas de producción informativa	Innovación en la difusión informativa	Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio	Proyecto 3 Mejoramiento de la organización (diagnóstico)
Ámbito de la organización	Problematización de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos		Optimización de los procesos y espacios de producción informativa	Vinculación comercial e interinstitucional		Proyecto 4 Mejoramiento de la organización

4. CRITERIOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA

a) Requisitos de ingreso

- Experiencia profesional comprobable en el campo de la comunicación y el periodismo de por lo menos cinco años. Presentar constancias de trabajo y/o portafolio con evidencias de producciones periodísticas.
- Contar con al menos 25 años cumplidos.
- Certificado de preparatoria o equivalente. La Junta Académica decidirá sobre casos particulares.

)

)

)

- Presentar currículum vitae.
- Demostrar la competencia de lecto-comprensión del idioma inglés (Nivel B1).
- Asistir a entrevista con miembros de la junta académica.
- Presentar carta de exposición de motivos para cursar el programa a manera de autobiografía.

b) Requisitos de permanencia

Para el nivel de licenciatura, los límites de tiempo para estar inscrito en la universidad con los beneficios de todos los servicios educativos y extracurriculares, serán los que al respecto establezca la normatividad universitaria sobre el tema, pudiendo concluir sus estudios en lapsos iguales o menores a través de exámenes por competencias.

En cada ciclo de estudios, a petición expresa del alumno, se podrá autorizar la suspensión de los estudios hasta por un año lectivo (licencia), sin que se afecten los plazos previstos en el reglamento correspondiente. En casos excepcionales y plenamente justificados, se podrá ampliar dicha suspensión; en caso de una interrupción mayor de tres años, a su regreso el alumno deberá aprobar el examen global por competencias que se establezca.

El tiempo límite para el cumplimiento de la totalidad de los requisitos del ciclo educativo del programa, será el doble del tiempo establecido en el plan de estudios correspondiente, al término del cual se causará baja definitiva. No se considerará, dentro de este límite de tiempo, la presentación del examen profesional.

Asimismo, los alumnos que hayan suspendido sus estudios podrán reinscribirse, en caso de que los plazos no se hubieran extinguido; pero tendrán que sujetarse al plan de estudios vigente en la fecha de su reingreso.

c) Requisitos de egreso

El alumno se considerará egresado del Programa en *Periodismo* una vez que haya cursado y aprobado todas las unidades de competencia y haya acreditado el 100% de los créditos establecidos.

)

)

)

d) Requisitos de titulación

El egresado podrá obtener el título de Licenciado en Periodismo, de acuerdo con el Reglamento General, y lo establecido en el reglamento de titulación del Sistema de Universidad Virtual cuando haya cubierto todas las unidades de competencia del plan de estudios respectivo, realizando su servicio social y haya sido aprobado en el trabajo recepcional por escrito y en el examen profesional, en su caso, de acuerdo con las normas que establece la normatividad universitaria.

e) Evaluación de los alumnos y obtención de créditos

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Evaluación de la Universidad de Guadalajara, se hará la aplicación de un examen teórico o práctico, o ambos, según el tipo de unidad de competencia, para validar que el estudiante cuenta con las competencias conforme a los criterios estipulados en la normatividad institucional vigente. Otra modalidad para aprobar la unidad de competencia es cursándola y cumpliendo con los requisitos que se establezca en los cursos.

f) Revalidaciones, equivalencias y acreditación de estudios

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Revalidaciones, Equivalencias y Acreditación de Estudios de la Universidad de Guadalajara, se aplicará un examen de competencia, a petición del alumno, para acreditar aquella o aquellas áreas del conocimiento en las que ya posea experiencia o desee demostrar sus competencias, con la finalidad de diseñar su propia trayectoria para cursar el programa.

g) Servicio social

El estudiante, como requisito para su titulación, deberá haber realizado el servicio social considerando los siguientes criterios:

- Lo desempeñará en alguna organización que cubra los criterios determinados por la Universidad para la generalidad de sus programas.

)

)

)

- o Se considerará servicio social la continuidad del estudiante en la ejecución de un proyecto o tarea profesional después de haber terminado el período exigido curricularmente y si no percibe remuneración por dicha práctica.
- o El registro de tal actividad como servicio social deberá hacerse formalmente ante la Coordinación de Carrera siguiendo los lineamientos indicados para su cobertura.

El servicio social no contará con valor en créditos, ya que, como se menciona arriba, es un requisito institucional para la titulación.

h) Titulación

De acuerdo con los requisitos, modalidades y criterios estipulados en el Reglamento General de Titulación de la Universidad de Guadalajara, y de manera específica, los requisitos de titulación de los alumnos:

- Contar con la aprobación de 306 créditos.
- Haber cumplido con el servicio social tal y como lo marca la normatividad.
- Presentar y aprobar dentro de la modalidad de titulación seleccionada el producto requerido por la misma.

La modalidad de estudio será en línea y con el apoyo de un asesor de forma permanente para la orientación de su aprendizaje.

Número mínimo de alumnos requeridos para abrir una promoción del programa:

Se atenderá un mínimo de 20 estudiantes y un máximo de 25 alumnos por sección, y se espera iniciar con un grupo máximo de 80 estudiantes divididos en las distintas secciones.

El mínimo se justifica, en el aspecto académico, para poder propiciar el trabajo colaborativo entre los participantes en la elaboración de los proyectos y desarrollo de actividades, y en el aspecto administrativo obedece a la recuperación adecuada del costo de inversión.

)

)

)

El máximo obedece a que en educación a distancia no es posible atender un número elevado de estudiantes, ya que se requiere una atención personalizada por parte de los asesores para evitar la deserción.

Duración del programa

El tiempo estimado para el estudio de esta nivelación es de cuatro semestres, en un periodo dos años como mínimo y un máximo de cuatro años. Se podrán hacer las revalidaciones convenientes de acuerdo con el Reglamento General de Revalidaciones, Equivalencias y Acreditación de Estudios de la Universidad de Guadalajara.

Para la implementación de la Nivelación para la Licenciatura en Periodismo en modalidad a distancia se toman en cuenta aspectos académicos, tecnológicos y administrativos que permitan la adecuada ejecución del programa, además de facilitar y propiciar la flexibilidad de servicios que respondan de manera eficiente y pertinente a los estudiantes.

- a) La mediación pedagógica del programa se llevará a cabo a través de la plataforma digital Ambiente Virtual de Aprendizaje o de otra plataforma que la Coordinación de la Carrera decida, y la gestión académica, en la Dirección Académica del Sistema de Universidad Virtual.
- b) Los procesos de inscripción se llevarán a cabo mediante mecanismos digitalizados por medio de los cuales el estudiante esté en posibilidades de realizar los trámites a través de un sistema moderno y flexible, mediante la adecuación del sistema de información existente que permitirá realizar sus trámites vía Internet.
- c) La administración escolar del programa estará a cargo de la Coordinación de Control Escolar del Sistema de Universidad Virtual, a través de un módulo especial.
- d) Se implementarán bases de datos que se actualizarán regularmente, y se proporcionarán los siguientes servicios:
 - Información administrativa
 - Expedición de documentos oficiales

)

)

)

- Pago de matrículas
- Información académica
- Trámites de titulación
- Seguimiento de la trayectoria escolar de los estudiantes y de los egresados

e) Contratación de profesores

- Se contratará un asesor por cada 20 alumnos, de acuerdo con los lineamientos del SUV.
- Se contratará a un asesor por cada 10 alumnos para las materias correspondientes a los laboratorios de proyecto, de acuerdo con los lineamientos del SUV.
- Se tendrán apoyos de profesores de la red para la asesoría, previo acuerdo con los centros universitarios.
- Se contratarán profesionales para fortalecer el programa y garantizar la calidad:
 - Diseñadores de cursos
 - Asesores de asignaturas
 - Asesores externos para proyectos de investigación
 - Conferencistas
 - Evaluadores

5. PLAN DE EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN CURRICULAR

La evaluación, como uno de los momentos principales del proceso educativo, constituye para el SUV un eje que cruza todas sus demás acciones, dando cuenta de lo académico, lo administrativo, lo operativo y lo normativo.¹⁰

¹⁰ Universidad de Guadalajara. "Evaluación y certificación. Propuesta para la creación del Sistema Virtual de la Universidad de Guadalajara", noviembre de 2004.

)

)

)

El modelo de evaluación del Sistema de Universidad Virtual concibe a éste como un objeto de estudio macro, con múltiples elementos y procesos particulares que deberán ser estudiados, y también con una gran variedad de relaciones bilaterales con los centros universitarios y organismos externos con los que establecerá trabajos de cooperación e intercambio. Se pretende que la evaluación no sólo dé cuenta del aprendizaje de los estudiantes, sino que abarque el desempeño del sistema respecto a la provisión de estructura y trayectorias para la gestión del conocimiento, su capacidad para conformar comunidades de aprendizaje y redes de conocimiento, así como la provisión de espacios, herramientas, insumos, clima para el óptimo manejo de la información, la producción, la interacción y la exhibición de lo producido.

El plan de evaluación de la nivelación del programa de la Nivelación para la Licenciatura en Periodismo identifica tres grandes categorías: lo académico, lo administrativo y lo relacionado con la infraestructura.

Respecto a lo académico, la evaluación abarcará:

- Plan de estudio
- Desempeño académico de profesores
- Perfiles de ingreso y egreso de estudiantes
- Proyectos realizados por los alumnos
- Aprendizaje de estudiantes
- Perfiles de profesores
- Proceso educativo (interacciones, utilización de materiales, asesoría, participación de estudiantes)
- Materiales educativos
- Recursos informativos
- Equipo de apoyo para procesos educativos

)

)

)

Respecto a lo administrativo, las variables a evaluar son las que se señalan enseguida, que deberán analizarse en vinculación estrecha con los procesos educativos que respaldan:

- Procesos de tramitación
- Atención a usuarios
- Promoción de oferta educativa
- Registro y control de estudios
- Venta de servicios

En lo que se refiere a la categoría de lo técnico y la infraestructura, se enuncia lo siguiente:

- Instalaciones
- Plataformas
- Equipo técnico e informático

El sistema de evaluación que se propone, como parte del modelo académico general, deberá basarse en los principios rectores del modelo de aprendizaje expresados ya en este documento; así, la autogestión, la significación, la creatividad y la participación, como puntos de llegada de los procesos educativos, definirán los criterios e indicadores de la evaluación.

La evaluación de la plataforma es un aspecto fundamental en la educación virtual, por lo que se hace énfasis en la necesidad de evaluar sus posibilidades de interacción con el objeto de estudio y con sus compañeros y asesores, así como su grado de amigabilidad.

El programa de nivelación realizará dos tipos de evaluación: interna y externa. La evaluación interna implica una evaluación institucional, donde se realizarán ejercicios de autoevaluación de mediano plazo (entre tres y cinco años) con base en los

)

)

)

Indicadores, las normas y las políticas institucionales, nacionales e internacionales y con la creación de comités internos creados por expertos en el campo.

La evaluación externa involucra una evaluación de pares a mediano plazo.

6. RECURSOS PARA IMPLEMENTAR EL PROGRAMA

6.1 Planta académica y perfil de los profesores

Para el Sistema de Universidad Virtual el docente es un facilitador del proceso de aprendizaje, que centra su atención en la persona que aprende y que transforma en verdadera comunicación educativa los procesos de información y comunicación mediados por las nuevas tecnologías, en el marco de entornos virtuales.

Además, el profesor participante del programa reflexiona de manera crítica y propositiva sobre su propia práctica, revisando sus formas de trabajar y de relacionarse con los otros. Conoce las teorías y metodologías educativas y aplica los aspectos pertinentes de acuerdo con el contexto.

El docente del SUV, convencido de que el conocimiento no es un material inerte que se puede transmitir, sino un proceso-producto cambiante, facilita la formación de comunidades de aprendizaje y trabaja con sus colegas de manera colegiada.

Tiene la experiencia en su campo de competencia, suficiente para guiar y hacer aportaciones significativas a sus alumnos en el proceso de aprendizaje. Además se comunica respetuosa, abierta y correctamente con sus alumnos, tanto oralmente como por escrito. Asimismo, modera hábilmente la comunicación sincrónica y asincrónica que se genera en los medios virtuales de comunicación.

Con base en la conceptualización expuesta, de manera más puntual, se considera que para ser asesor de licenciatura en el Sistema de Universidad Virtual la persona debe tener el siguiente perfil:

- Tener como mínimo grado académico de licenciatura, pero se desea o espera que tenga un grado de maestría.

2

2

2

- Tener experiencia docente.
- Tener experiencia en la modalidad educativa a distancia.
- Su estilo docente debe estar centrado en el aprendizaje, es decir, debe tener claro su rol de asesor, motivador, comunicador, guía, facilitador y tutor. Tener como objetivo que los alumnos logren los aprendizajes cognitivos, procedimentales y actitudinales esperados.
- Estar familiarizado y sentirse cómodo con el manejo de las nuevas tecnologías de la informática y la comunicación.
- Expresarse correctamente de forma oral y escrita.
- Conocer y aplicar el modelo académico del SUV.
- Tener experiencia en el campo de la investigación que le permita dirigir tesis y proyectos terminales.
- Tener habilidades de moderador.
- Contar con acceso a Internet.
- Tener disponibilidad para trabajar en las academias y en comisiones diversas del SUV y para capacitarse cuando así se requiera.
- Obtener consistentemente resultados satisfactorios en las evaluaciones de desempeño docente realizadas en el SUV.

Las características más destacadas que debe poseer un docente, además de las anteriores, para la generación de comunidades de aprendizaje, son las que siguen:¹¹

Conciencia social para percibir y comprometerse con las necesidades colectivas y para ser capaz de considerar las necesidades de saber, de aprendizaje y de expresión de los diversos grupos sociales, y los modos como se difunde y socializa el conocimiento, es decir, cómo llega a todos sus niveles, elementos, clases y estructuras.

¹¹ Universidad de Guadalajara, "Modelo educativo Propuesta para la creación del Sistema Virtual de la Universidad de Guadalajara", noviembre de 2004, p. 30.

)

)

)

Anticipación, que implica la prospectiva y prevención de las nuevas situaciones, y que capacita al educando para enfrentar lo incierto.

Flexibilidad y apertura frente a los conocimientos, que se transforman permanentemente.

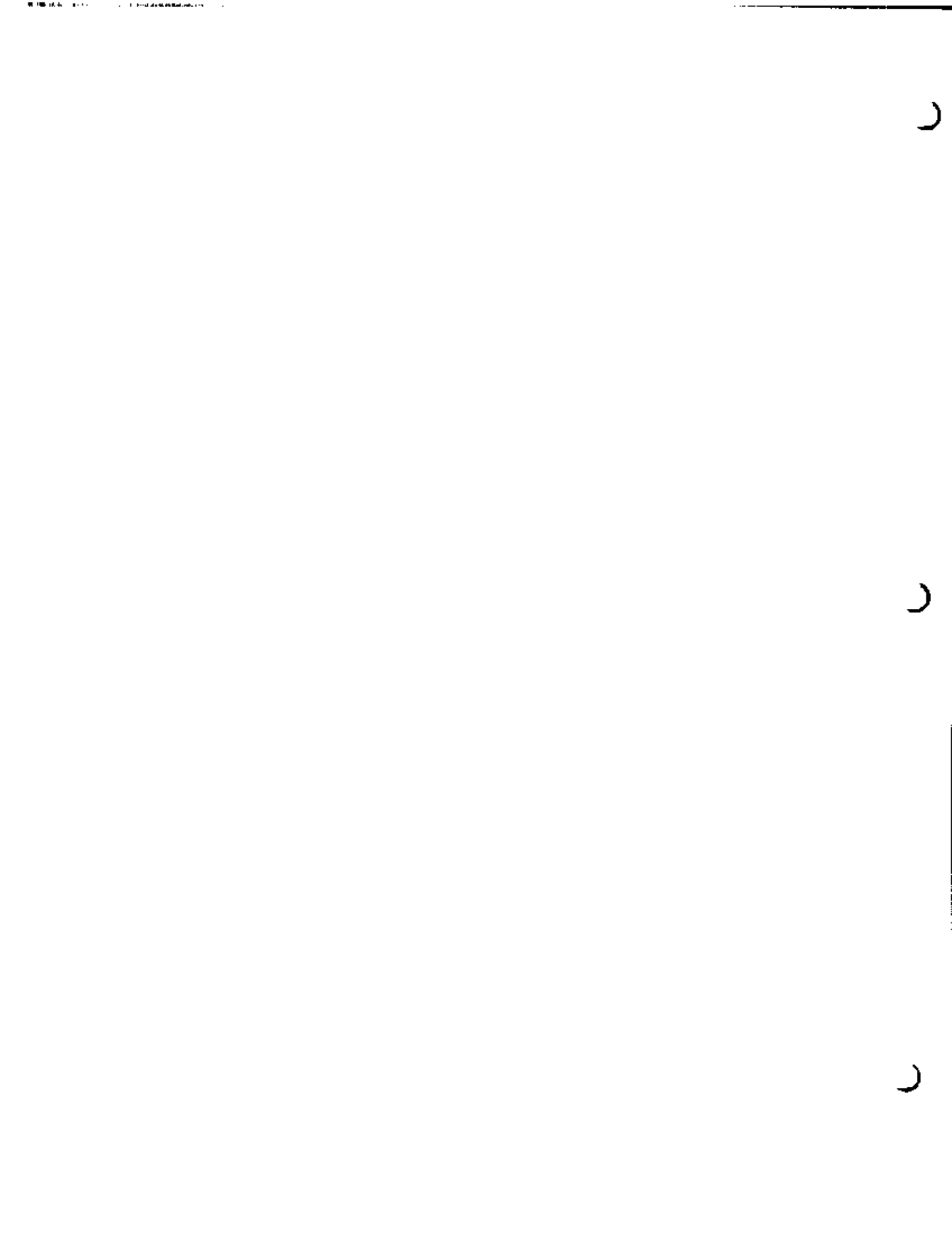
Democracia para alentar los procesos de aprendizajes participativos y significativos que impactarán en la calidad de vida de personas y grupos.

Es también importante la actitud de aprendizaje continuo por parte del docente, que le conducirá a estar actualizado en su disciplina y en el modelo educativo del SUV.

Planta académica

Se cuenta con siete **Profesores de Tiempo Completo (PTC)**, que son expertos disciplinares en el campo de la comunicación y el periodismo, y que tienen experiencia en la enseñanza a modalidad a distancia. Además, se incluyen profesores de asignatura que cuentan con el perfil pertinente y que apoyarán al programa:

Nombre completo	Nombramiento	Nombre del último grado académico	Centro de adscripción
Rosa Elena Richart Varela	PTC Titular A	Maestría en Educación con especialidad en Metodología de la Educación	Sistema de Universidad Virtual
Rodrigo González Reyes	PTC Asociado B	Maestría en Comunicación	Sistema de Universidad Virtual
Rosalía Orozco Murillo	PTC Asociado A	Maestría en Comunicación	Centro Universitario de la Ciénega



Tonatiuh Lay	PTC Titular A	Doctorado en Ciencias Sociales	Sistema de Universidad Virtual
García Gómez Rosa Eugenia	PTC Asociado A	Maestría en Ciencias Sociales	Centro Universitario del Sur
Luis Fernando Ramírez Anaya	PTC Asistente A	Maestría en Comunicación	Sistema de Universidad Virtual
Fidel A. Romero Álvarez	Profesor de asignatura A	Licenciatura en Informática	Centro Universitario de la Ciénega
Gilberto Magaña Hernández	Profesor de asignatura B	Maestría en Periodismo y Divulgación	Centro Universitario del Sur
Sergio Rene De Dios Corona	Profesor de asignatura B	Maestría en Programación Neurolingüística	Centro Universitario de la Ciénega

6.2 Infraestructura tecnológica

La infraestructura tecnológica es una de las piezas clave en el éxito de los sistemas de enseñanza en línea, dado que su finalidad es lograr dar respuesta a todas las operaciones que realizan académicos, alumnos y administrativos a través de las múltiples conexiones a las plataformas de enseñanza en línea, de forma eficiente y sin problemas. Por ello se debe contar con todos los suministros necesarios que permitan garantizar que se lograrán los objetivos del programa de Nivelación para Licenciatura en Periodismo.

3

3

3

- Personal de soporte técnico que atiende las peticiones de alumnos, profesores y administrativos en cuestiones técnicas
- Un centro de ayuda que proporciona servicios permanentes de asesoría académica, tecnológica y administrativa en línea

6.3 Recursos financieros

Los recursos económicos y financieros que serán utilizados por la licenciatura para cubrir sus gastos operativos provendrán del presupuesto ordinario que le será asignado como programa educativo del Sistema de Educación Virtual de nuestra institución.

Con esta aportación económica se pretende hacer frente a los costos directos e indirectos de la operación académica, del soporte técnico que se brinda a asesores, alumnos, trabajadores, y también aquellos generados por las labores de apoyo administrativo y de gestión. Sin embargo, habrá un flujo de recursos económicos provenientes de las cuotas y aranceles cubiertos por los alumnos que ayudarán a saldar algunos de los gastos que han de enfrentarse con la operación del programa.

Los aspirantes a ingresar a la Nivelación para la Licenciatura en Periodismo pagarán el equivalente a 25.4 días de salarios mínimos diarios vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara por el proceso de admisión. Una vez dictaminados como admitidos en el programa, en cada ciclo escolar los alumnos aportarán el equivalente a 27.8 salarios mínimos diarios vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara. En el caso de los estudiantes extranjeros se incrementarán los costos en un 10% de los montos establecidos.

Además, se buscará que el programa sea apoyado a través de fondos para actividades específicas del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI) y se espera que en un futuro, cuando el programa esté en operación, el Programa Nacional de Becas Estudiantiles (PRONABES) apoye con becas a los estudiantes que así lo requieran.

2

3

4

Proyección de matrícula por ciclo y calendario escolar

Calendario Escolar	Aspirantes	Ciclo				Matricula*
		1	2	3	4	
2012B	89	80				80
2013A	89	80	74			154
2013B	89	80	74	69		223
2014A	89	80	74	69	64	288
2014B	89	80	74	69	64	288
2015A	89	80	74	69	64	288
2015B	89	80	74	69	64	288
2016A	89	80	74	69	64	288
2016B	89	80	74	69	64	288
2017A	89	80	75	69	64	288
2017B	89	80	75	71	64	290
2018A	89	80	75	71	67	292
2018B	89	80	75	71	67	292
2019A	89	80	75	71	67	292
2019B	89	80	75	71	67	292
2020A	89	80	75	71	67	292

* En algunos calendarios la suma de los ciclos no coincide con el total, esto debido al redondeo de los datos Individuales.

Estimación de ingresos por proceso de selección y matrícula

Calendario Escolar	Solicitantes	Admitidos	Alumnos	Ingreso		
				Selección	Matricula	Total*
2012B	89	80	80	\$ 155,180.40	\$ 135,286.27	\$ 290,466.67
2013A	89	80	154	\$ 161,508.30	\$ 270,707.26	\$ 432,215.56

)

)

)

2013B	89	80	223	\$ 161,508.30	\$ 391,998.18	\$ 553,506.48
2014A	89	80	288	\$ 165,540.00	\$ 518,895.36	\$ 684,435.36
2014B	89	80	288	\$ 165,540.00	\$ 518,895.36	\$ 684,435.36
2015A	89	80	288	\$ 170,880.00	\$ 535,633.92	\$ 706,513.92
2015B	89	80	288	\$ 170,880.00	\$ 535,633.92	\$ 706,513.92
2016A	89	80	288	\$ 176,220.00	\$ 552,372.48	\$ 728,592.48
2016B	89	80	288	\$ 176,220.00	\$ 552,372.48	\$ 728,592.48
2017A	89	80	288	\$ 181,560.00	\$ 569,111.04	\$ 750,671.04
2017B	89	80	290	\$ 181,560.00	\$ 573,063.20	\$ 754,623.20
2018A	89	80	292	\$ 186,900.00	\$ 593,986.40	\$ 780,886.40
2018B	89	80	292	\$ 186,900.00	\$ 593,986.40	\$ 780,886.40
2019A	89	80	292	\$ 192,240.00	\$ 610,957.44	\$ 803,197.44
2019B	89	80	292	\$ 192,240.00	\$ 610,957.44	\$ 803,197.44
2020A	89	80	292	\$ 197,580.00	\$ 627,928.48	\$ 825,508.48
Total						\$ 11,014,242.63

* En algunos calendarios la suma de los ciclos no coincide con el total, esto debido al redondeo de los datos individuales.

Secciones por ciclo

Calendario Escolar	Ciclo								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
2012B	24								24
2013A	24	22							46
2013B	24	22	24						70
2014A	24	22	24	16					86
2014B	24	22	24	16					86
2015A	24	22	24	16					86
2015B	24	22	24	16					86
2016A	24	22	24	16					86
2016B	24	22	24	16					86
2017A	24	22	24	16					86
2017B	24	22	24	16					86

)

)

)

2018A	24	22	24	16					86
2018B	24	22	24	16					86
2019A	24	22	24	16					86
2019B	24	22	24	16					86
2020A	24	22	24	16					86

* En algunos calendarios la suma de los ciclos no coincide con el total, esto debido al redondeo de los datos Individuales.

Horas por semana

Calendario Escolar	Ciclo								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
2012B	6								6
2013A	6	5							11
2013B	6	5	5						16
2014A	6	5	5	3					19
2014B	6	5	5	3					19
2015A	6	5	5	3					19
2015B	6	5	5	3					19
2016A	6	5	5	3					19
2016B	6	5	5	3					19
2017A	6	5	5	3					19
2017B	6	5	5	3					19
2018A	6	5	5	3					19
2018B	6	5	5	3					19
2019A	6	5	5	3					19
2019B	6	5	5	3					19
2020A	6	5	5	3					19

)

)

)

Costo en Recursos Humanos

Calendario Escolar	Costo por asignaturas ¹	Coordinador de Carrera ²	Asistente de coordinador ³	Total
2012B	\$ 17,720.65	\$ 171,700.75	\$ 81,696.70	\$ 271,118.10
2013A	\$ 34,858.32	\$ 179,427.28	\$ 85,373.05	\$ 299,658.66
2013B	\$ 51,198.57	\$ 179,427.28	\$ 85,373.05	\$ 315,998.90
2014A	\$ 63,747.84	\$ 187,501.51	\$ 89,214.84	\$ 340,464.19
2014B	\$ 63,747.84	\$ 187,501.51	\$ 89,214.84	\$ 340,464.19
2015A	\$ 66,616.49	\$ 195,939.08	\$ 93,229.51	\$ 355,785.08
2015B	\$ 66,616.49	\$ 195,939.08	\$ 93,229.51	\$ 355,785.08
2016A	\$ 69,614.23	\$ 204,756.34	\$ 97,424.83	\$ 371,795.41
2016B	\$ 69,614.23	\$ 204,756.34	\$ 97,424.83	\$ 371,795.41
2017A	\$ 72,746.88	\$ 213,970.37	\$ 101,808.95	\$ 388,526.20
2017B	\$ 72,746.88	\$ 213,970.37	\$ 101,808.95	\$ 388,526.20
2018A	\$ 76,020.48	\$ 223,599.04	\$ 106,390.35	\$ 406,009.88
2018B	\$ 76,020.48	\$ 223,599.04	\$ 106,390.35	\$ 406,009.88
2019A	\$ 79,441.41	\$ 233,661.00	\$ 111,177.92	\$ 424,280.32
2019B	\$ 79,441.41	\$ 233,661.00	\$ 111,177.92	\$ 424,280.32
2020A	\$ 83,016.27	\$ 244,175.74	\$ 116,180.93	\$ 443,372.94

Notas:

a) Se considera para el cálculo del costo de las asignaturas (¹) un sueldo base por hora/semana/mes de \$261.00.

b) Se considera para: ²) Coordinador de carrera: con un salario base de \$ 17,097.84 mensual. ³) Jefe de Apoyo Administrativo, 40 hrs. con un salario base de \$7,802.40 mensual.

c) Para todos los casos se hace la conversión a salarios integrados con un aumento salarial del 4.5 % anual.

Gastos de inversión y de operación

3

3

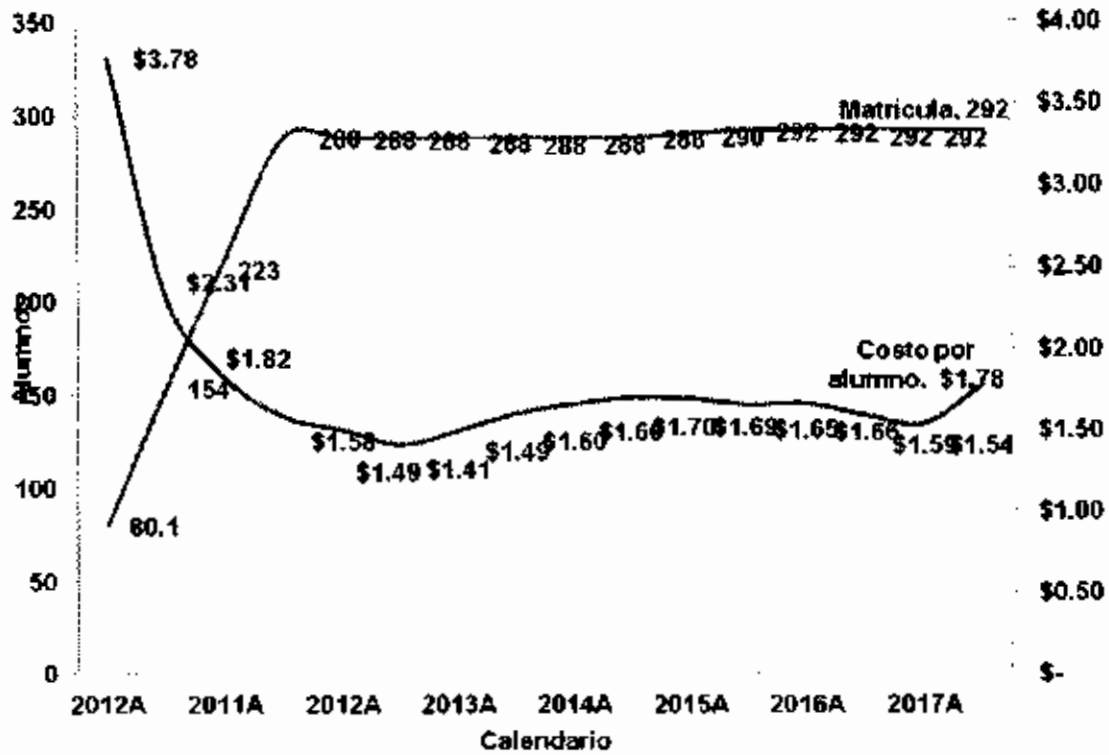
3

Calendario Escolar	Equipo de cómputo y telecomunicaciones	Mantenimiento de la plataforma	Acervos	Gastos de operación*	Total
2012B		\$ 7,000.00	\$ 15,000.00	\$ 10,000.00	\$ 32,000.00
2013A	\$ 14,000.00	\$ 15,000.00	\$ 17,000.00	\$ 10,000.00	\$ 56,000.00
2013B	\$ 45,000.00	\$ 15,000.00	\$ 20,000.00	\$ 10,000.00	\$ 90,000.00
2014A	\$ 66,000.00	\$ 18,000.00	\$ 20,000.00	\$ 10,000.00	\$ 114,000.00
2014B	\$ 62,000.00	\$ 16,000.00		\$ 12,000.00	\$ 90,000.00
2015A	\$ 21,000.00	\$ 16,000.00		\$ 12,000.00	\$ 49,000.00
2015B	\$ 46,000.00	\$ 16,000.00		\$ 12,000.00	\$ 74,000.00
2016A	\$ 61,000.00	\$ 13,000.00		\$ 15,000.00	\$ 89,000.00
2016B	\$ 48,000.00	\$ 14,000.00	\$ 28,000.00	\$ 16,000.00	\$ 106,000.00
2017A	\$ 43,000.00	\$ 14,000.00	\$ 28,000.00	\$ 16,000.00	\$ 101,000.00
2017B	\$ 54,000.00	\$ 12,000.00	\$ 20,000.00	\$ 16,000.00	\$ 102,000.00
2018A	\$ 20,000.00	\$ 12,000.00	\$ 29,000.00	\$ 16,000.00	\$ 77,000.00
2018B	\$ 20,000.00	\$ 10,000.00	\$ 33,000.00	\$ 16,000.00	\$ 79,000.00
2019A		\$ 11,500.00	\$ 13,000.00	\$ 15,000.00	\$ 39,500.00
2019B		\$ 11,500.00		\$ 13,000.00	\$ 24,500.00
2020A	\$ 41,000.00	\$ 20,000.00		\$ 15,000.00	\$ 76,000.00

)

)

)



Costo total y por alumno

Calendario Escolar	Gastos de inversión y operación	Recursos Humanos	Costo Total (a)	Ingreso (b)	b-a	Costo por alumno
2012B	\$ 32,000.00	\$ 271,118.10	\$ 303,118.10	\$ 290,466.67	-\$ 12,651.43	\$ 3,784.25
2013A	\$ 56,000.00	\$ 299,658.66	\$ 355,658.66	\$ 432,215.56	\$ 76,556.90	\$ 2,309.47
2013B	\$ 90,000.00	\$ 315,998.90	\$ 405,998.90	\$ 553,506.48	\$ 147,507.58	\$ 1,820.62
2014A	\$ 114,000.00	\$ 340,464.19	\$ 454,464.19	\$ 684,435.36	\$ 229,971.17	\$ 1,578.00
2014B	\$ 90,000.00	\$ 340,464.19	\$ 430,464.19	\$ 684,435.36	\$ 253,971.17	\$ 1,494.67
2015A	\$ 49,000.00	\$ 355,785.08	\$ 404,785.08	\$ 706,513.92	\$ 301,728.84	\$ 1,405.50
2015B	\$ 74,000.00	\$ 355,785.08	\$ 429,785.08	\$ 706,513.92	\$ 276,728.84	\$ 1,492.31

3

3

3

2015A	\$ 89,000.00	\$ 371,795.41	\$ 460,795.41	\$ 728,592.48	\$ 267,797.07	\$ 1,599.98
	\$	\$	\$	\$	\$	
2016B	106,000.00	371,795.41	477,795.41	728,592.48	250,797.07	\$ 1,659.01
	\$	\$	\$	\$	\$	
2017A	101,000.00	388,526.20	489,526.20	750,671.04	261,144.84	\$ 1,699.74
	\$	\$	\$	\$	\$	
2017B	102,000.00	388,526.20	490,526.20	754,623.20	264,097.00	\$ 1,691.47
	\$	\$	\$	\$	\$	
2018A	77,000.00	406,009.88	483,009.88	780,886.40	297,876.52	\$ 1,654.14
	\$	\$	\$	\$	\$	
2018B	79,000.00	406,009.88	485,009.88	780,886.40	295,876.52	\$ 1,660.99
	\$	\$	\$	\$	\$	
2019A	39,500.00	424,280.32	463,780.32	803,197.44	339,417.12	\$ 1,588.29
	\$	\$	\$	\$	\$	
2019B	24,500.00	424,280.32	448,780.32	803,197.44	354,417.12	\$ 1,536.92
	\$	\$	\$	\$	\$	
2020A	76,000.00	443,372.94	519,372.94	825,508.48	306,135.54	\$ 1,778.67

)

)

)

ANEXO 1. ESTUDIO DE PERTINENCIA



ESTUDIO DE PERTINENCIA Y FACTIBILIDAD PARA PERIODISMO

AGOSTO 2011

)

)

)



OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO:

Recabar las percepciones de periodistas y comunicadores sobre las prácticas profesionales del periodismo y conocer las tendencias sobre el quehacer periodístico en México.

)

)

)



METODOLOGÍA

Población Objetivo: Periodistas, reporteros, editores, redactores, columnistas, diseñadores, correctores, fotógrafos, directivos de medios y columnistas en las ciudades de Guadalajara y México.

Diseño de la Muestra: Se definieron cuotas para los siguientes medios de comunicación:

Tipo de medio	Entrevistas
Periódicos con circulación mayor a 15 mil ejemplares.	10
Revistas de información general o noticiosa con influencia y alcance nacional o regional.	10
Medios electrónicos (Radio y Televisión) con noticiarios de influencia regional y nacional.	10
Medios en línea o portales digitales con énfasis en lo noticioso.	10
Agencias de noticias y áreas de prensa de organizaciones públicas y privadas	10

Metodología de recolección de datos. Entrevistas personales "cara a cara" mediante concertación de citas con los informantes.

)

)

)



METODOLOGÍA

Tamaño de la muestra. 50 entrevistas (30 en la ciudad de México y 20 en Guadalajara).

Se consideraron 2 segmentos: Directores (con personal a cargo) 8 entrevistas y Periodistas, en este se incluyeron reporteros, correctores, editores, fotógrafos, etc. (sin personal a cargo).

Tipo de medios	Nombre del medio		
	Directores	Periodistas	
Periódicos con circulación mayor a .15 mil ejemplares.	El Universal	1	
	Excelsior	2	
	La Prensa	1	
	La Jornada	1	
	Milenio Jalisco	1	
	El Informador	1	
	Ovaciones	2	
	Siempre	2	
	Proceso México	1	
	Contralinea	2	
Proceso Jalisco	2		
Revistas de información general o noticiosa con influencia y alcance nacional o regional.	Once TV México	2	
	Televisa	2	
	TV Azteca	2	
	Promedios Radio	1	
	Radio U de G	1	
	Notisistema	1	
	Medios electrónicos (Radio y Televisión) con noticiarios de influencia regional y nacional.		

)

)

)



METODOLOGÍA

Tipo de medios	Nombre del medio	Entrevistas		
		Directores	Periodistas	
Medios en línea o portales digitales	SinEmbargo	1	4	
	El Respetable		2	
	Alerta Periodística		2	
	Eje Central		1	
	Notimex	1	3	
Agencias de Noticias y áreas de prensa	Agro		1	
	Comunicación Social del Ayuntamiento de Zapopan	1	1	
	Dirección de Comunicación Social del Gobierno de Jalisco	1	1	
	Coordinación de medios del Comité Directivo estatal del PAN Jalisco		1	
	TOTAL		8	42

Fecha de levantamiento. Del 5 de Julio al 2 de Agosto de 2011.

)

)

)



PERFIL DE LOS INFORMANTES

)

)

)

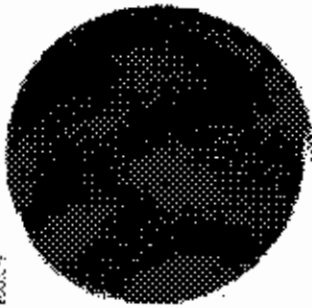


DIRECTORES

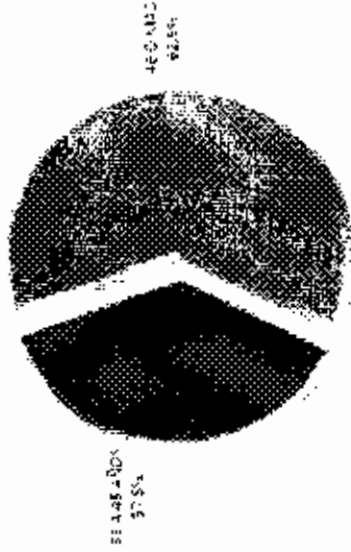
BASE: 8 CAJAS

SEXO

MASCULINO
100%



EDAD

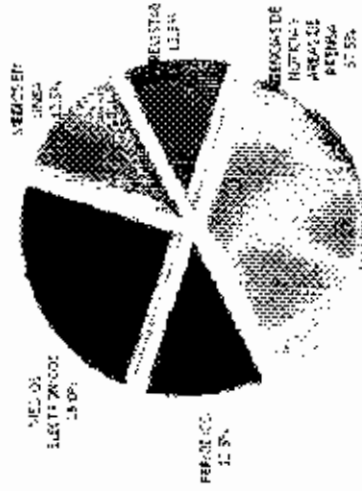


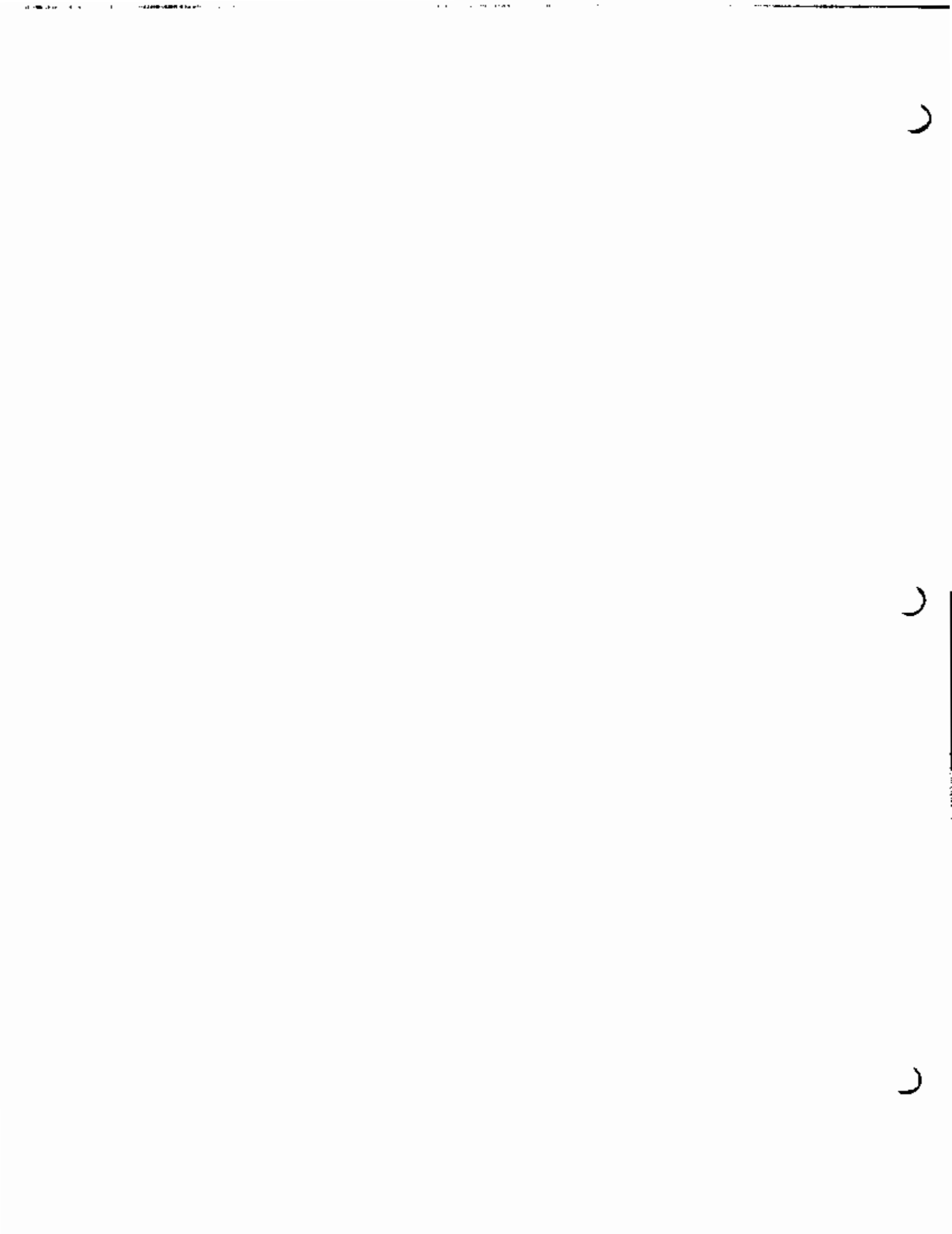
TIEMPO DE TRABAJAR EN EL PERIODISMO



ANOS
POR MEDIO
• 23,3

MEDIO EN EL QUE TRABAJA



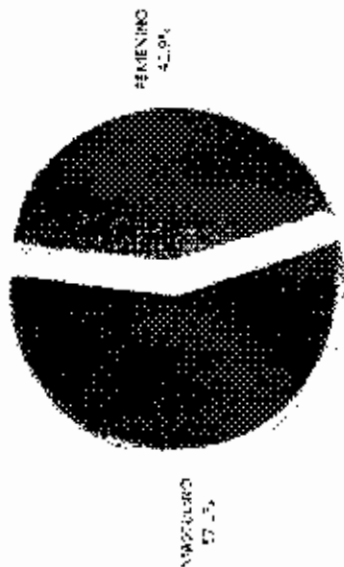




PERIODISTAS

BASE: 43 CASOS

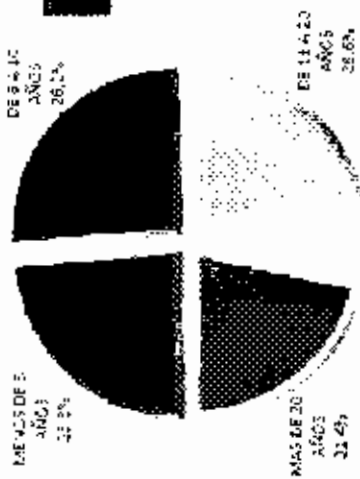
SEXO



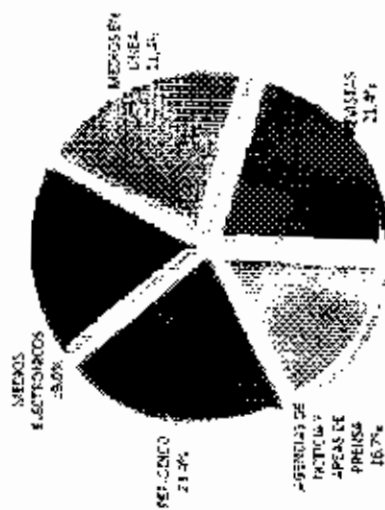
EDAD



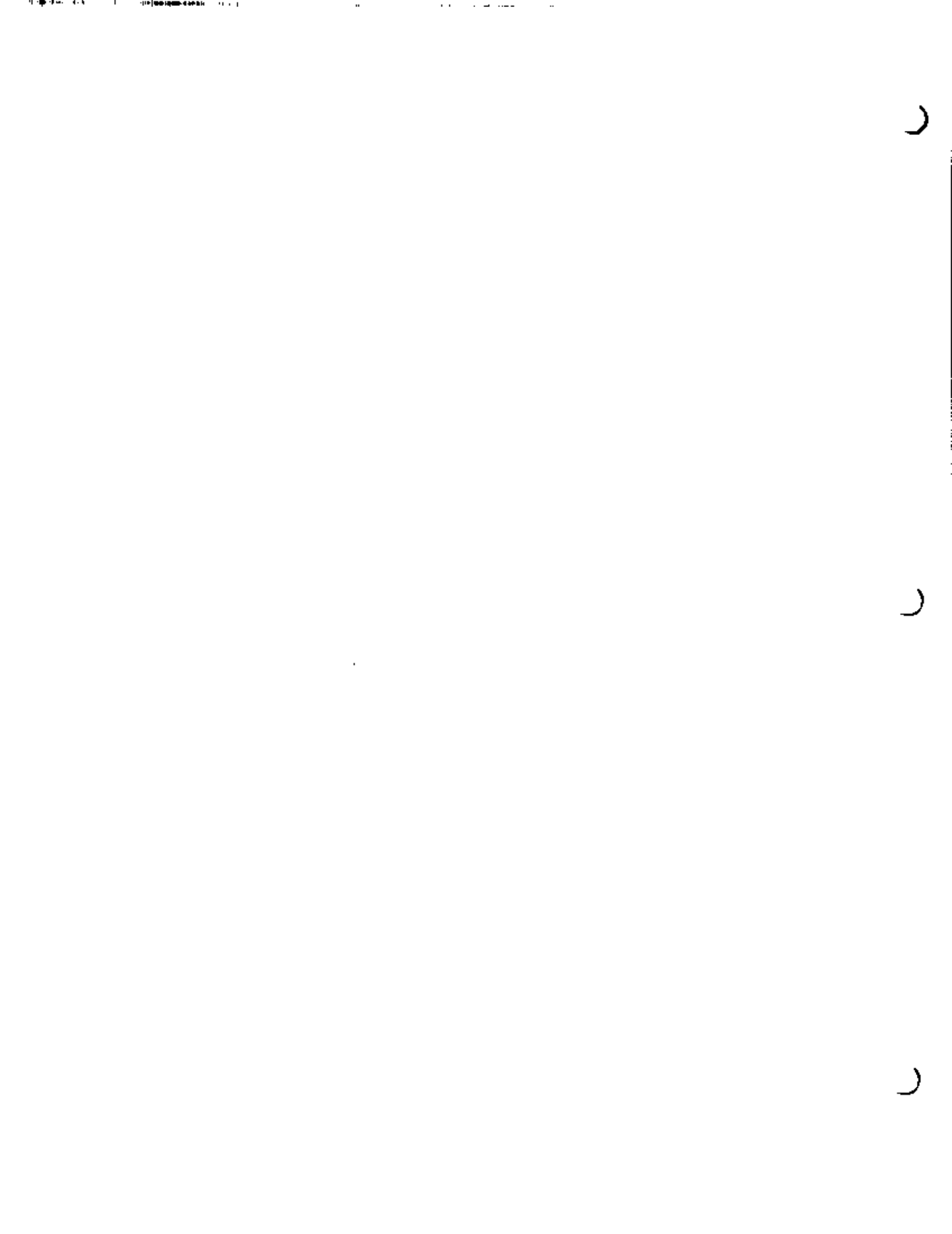
TIEMPO DE TRABAJAR EN EL PERIODISMO



MEDIO EN EL QUE TRABAJA



• 12.9 AÑOS DE PROMEDIO

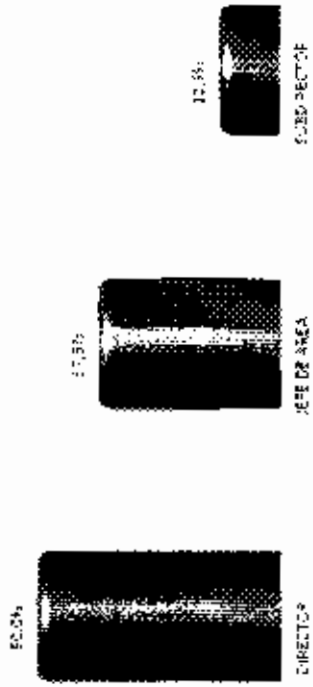




DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

Podría decirme ¿Cuál es su puesto en este medio informativo?



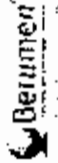
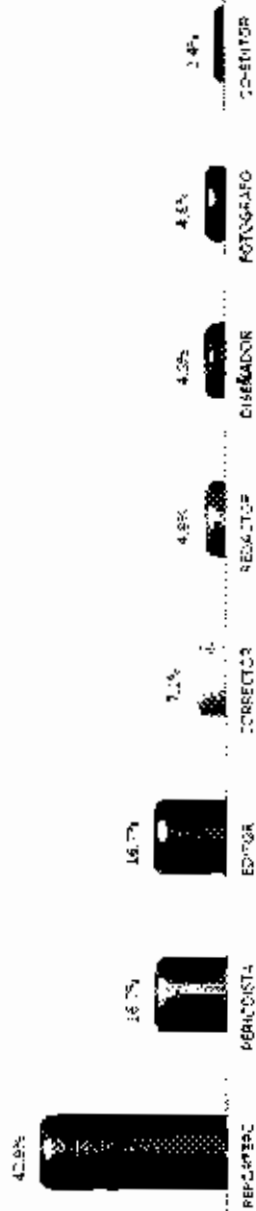
¿Cuántas personas tiene a su cargo?

PERSONAS PROMEDIO
• 26

PERIODISTAS

BASE: 41 CASOS

Podría decirme ¿Cuál es su puesto en este medio informativo?



www.berumen.com

3

3

3



¿Qué tipo de contrato tiene usted?

BASE: 50 CASOS



66% DE ENTREVISTADOS CON CONTRATO PERMANENTE

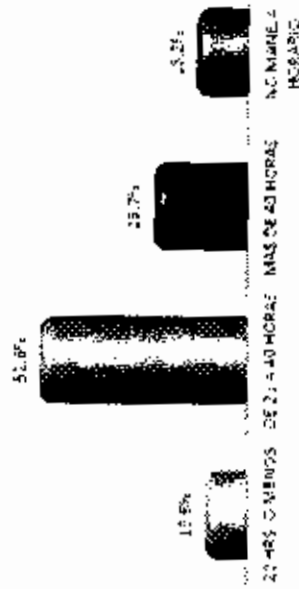
¿Trabaja tiempo completo o medio tiempo?

¿Cuántas horas a la semana le pide cubrir su contrato?



¿CÓMUNICACIÓN A LA EMPRESA?

• 37



)

)

)



BASE: 30 CASOS

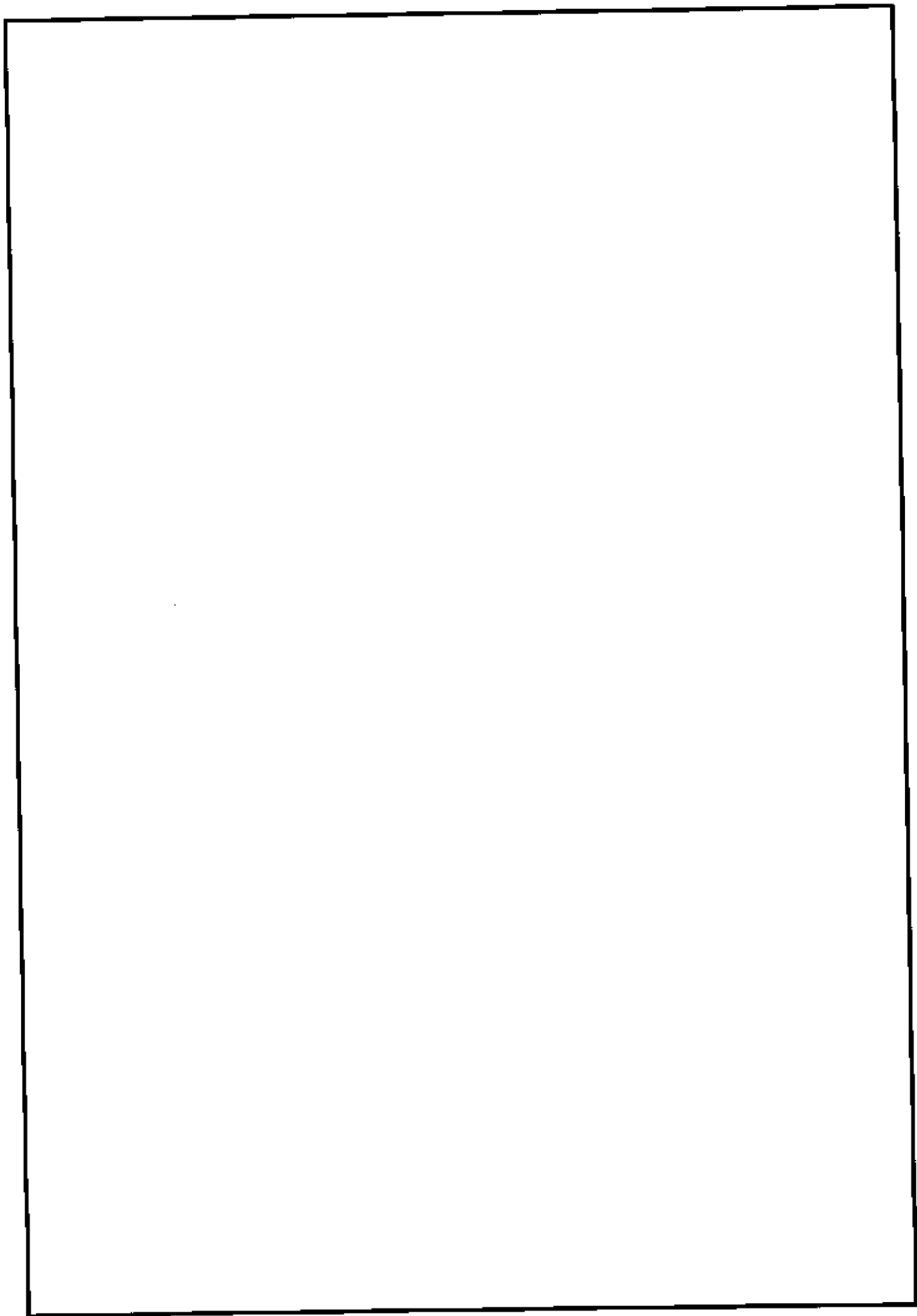
	¿Cuánto tiempo tiene usted trabajando para este medio informativo?	HORAS PROMEDIO
PUESTO	AÑOS PROMEDIO	
DIRECTORES	7,1	43,9
PERIODISTAS		
EDITORES		
REPORTEROS		
REDACTORES		
SECRETARÍAS		
MEDIDAS EN LÍNEA Y PORTALES	4,5	50
AGENCIAS DE NOTICIAS ÁREAS DE PRENSA	6,5	38,9

MEDIO

)

)

)



)

)

)



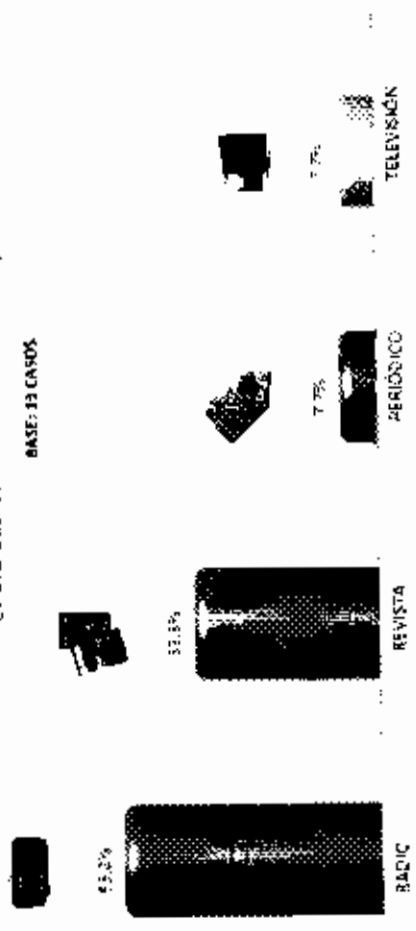
¿Trabaja usted para otros medios de comunicación?

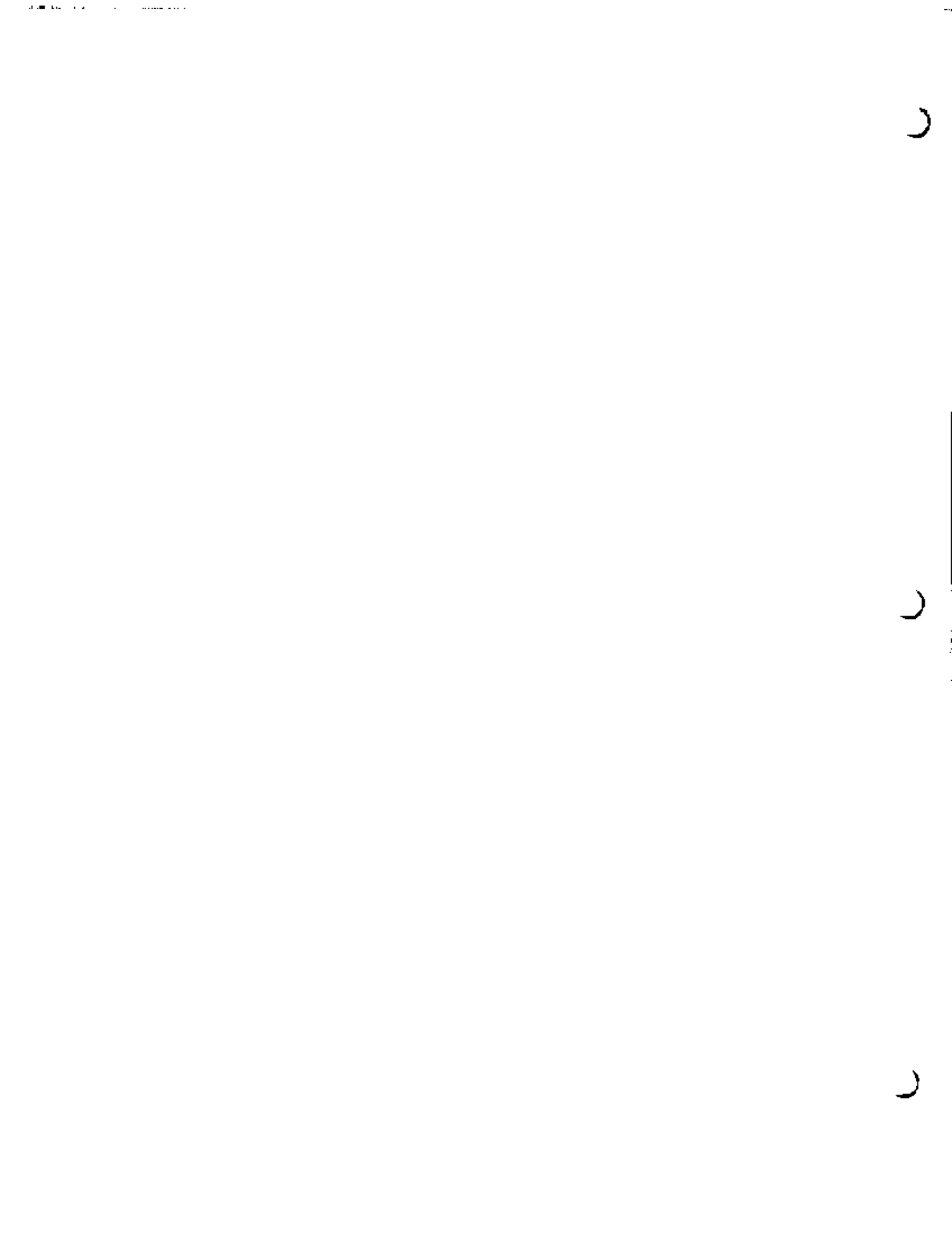
BASE: 50 CASOS



¿Para cuáles otros medios trabaja?

BASE: 13 CASOS







Además de su trabajo en medios de comunicación, ¿Tiene usted otro empleo?

BASE: 50 CASOS



NO: 50%

SI: 50%

¿A qué se dedica usted?

BASE: 10 CASOS



70%

PROFESOR

30%

DISEÑADOR

20%

FOTÓGRAFO PROFESIONAL

10%

NEGOCIO PROPIO

)

)

)

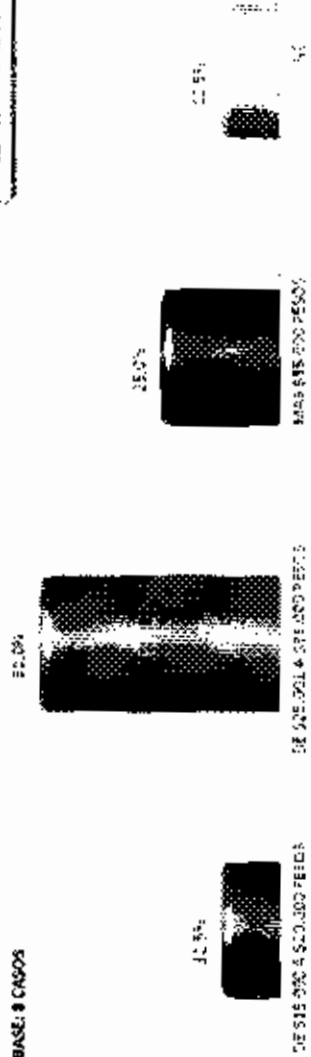


Me puede decir ¿En cuál de los siguientes rangos podría ubicar sus ingresos?

DIRECTORES

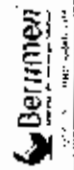
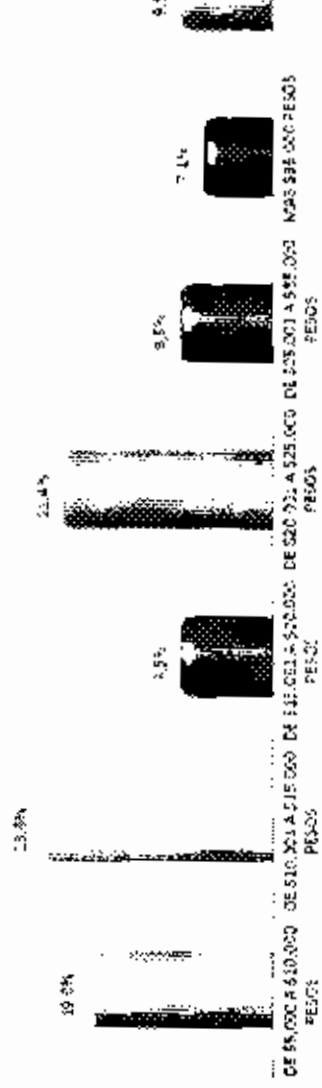
SE MUESTRO TABLITA

BASE: 8 CASOS



PERIODISTAS

BASE: 42 CASOS



)

)

)



PERCEPCIÓN SOBRE EL PERIODISMO EN MÉXICO

)

)

)



Dígame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?

	TOTALMENTE DE ACUERDO EN PARTE	DE ACUERDO EN PARTE	NO DE ACUERDO, NI EN DE ACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
BASE: 50 CASOS				
En México el periodismo es poco profesional	TOTAL 10,0%	78,0%	40,0%	6,0%
	PERIODISTAS 7,1%	29,0%	47,6%	7,1%
En México es fácil encontrar trabajo como periodista o comunicador	TOTAL 10,0%	12,0%	38,0%	10,0%
	PERIODISTAS 9,5%	7,1%	45,2%	7,1%
En México el gobierno nunca interviene en los asuntos que tienen que ver con los medios	TOTAL 8,0%	10,0%	25,0%	12,0%
	PERIODISTAS 6,8%	7,1%	31,0%	4,8%

)

)

)



Dígame por favor, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?

BASE: 50 CASOS

	TOTAL	PERIODISTAS	PERIODISTAS	TOTAL	PERIODISTAS	TOTAL	PERIODISTAS	TOTAL	PERIODISTAS
En México los medios informan con veracidad todo lo que pasa	4,0%	38,0%	26,0%	16,0%	16,0%	4,0%	38,0%	26,0%	16,0%
En México los periodistas reciben sueldos dignos	---	8,0%	32,0%	46,0%	14,0%	---	8,0%	32,0%	46,0%
Se puede ser periodista sin estudiar formalmente la carrera profesional de periodismo	32,0%	40,0%	12,0%	12,0%	4,0%	32,0%	40,0%	12,0%	4,0%

)

)

)



Digame por favor: ¿Que tan de acuerdo está usted con las siguientes frases totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?

BASE: 50 CASOS

	TOTAL	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO EN PARTE	TOTALMENTE EN DESACUERDO	
Los periodistas que saben usar las tecnologías ganan más		18,0%	32,0%	24,0%	6,0%
DIRECTORES		—	62,5%	12,5%	12,5%
PERIODISTAS		21,4%	26,2%	21,4%	4,8%
Los monopolios de medios en México favorecen el desarrollo profesional del periodismo		4,0%	8,0%	22,0%	12,0%
DIRECTORES		—	—	—	62,5%
PERIODISTAS		4,8%	9,5%	26,2%	7,1%
La concentración de medios en México daña al trabajo periodístico		40,0%	28,0%	18,0%	—
DIRECTORES		62,5%	25,0%	—	12,5%
PERIODISTAS		35,7%	28,6%	21,4%	—



Dígame por favor, ¿Que tan de acuerdo está usted con las siguientes frases, totalmente de acuerdo, de acuerdo en parte, en desacuerdo en parte o totalmente en desacuerdo?

BASE: 50 CASOS

	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO EN PARTE	TOTALMENTE EN DESACUERDO
Para emprender un negocio en medios noticiosos necesitan palancas y amigos en el gobierno	12,0%	32,0%	24,0%
TOTAL	12,0%	32,0%	24,0%
DIRECTORES	12,5%	37,5%	25,0%
PERIODISTAS	11,9%	31,0%	23,8%
TOTAL	18,0%	30,0%	20,0%
En México la mayoría de los medios reciben dinero o apoyos del gobierno	37,5%	—	12,5%
DIRECTORES	37,5%	—	12,5%
PERIODISTAS	14,3%	28,6%	21,4%
TOTAL	4,0%	10,0%	20,0%
En México es mejor el periodismo digital que el impreso	—	—	25,0%
DIRECTORES	—	—	25,0%
PERIODISTAS	4,8%	11,9%	38,1%
TOTAL	10,0%	20,0%	28,0%
En México no hay periodismo independiente	28,0%	—	12,5%
DIRECTORES	28,0%	—	12,5%
PERIODISTAS	7,1%	23,8%	31,0%
TOTAL	12,0%	—	—
DIRECTORES	12,0%	—	—
PERIODISTAS	—	—	—



PRÁCTICAS PROFESIONALES



Dígame por favor, ¿en qué tanto de la semana realiza las siguientes actividades en su trabajo cotidiano?

DIRECTORES

BASE 8 CASOS

DIAS A LA
SEMANA
PROMEDIO

NUNCA

Contestar correos de lectores y/o fuentes	5,5	---
Gestionar, manejar información a través de las redes sociales	6,1	---
Investigar, buscar y documentar información en línea	6,3	---
Difundir o publicar información en blogs o en sitios de internet	5,3	12,5%
Vender publicidad	5	87,5%
Reuniones de trabajo con jefes	5	---
Relaciones públicas con posibles fuentes	4,6	11,5%



Digame por favor ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades en su trabajo cotidiano?

DIAS A LA SEMANA PROMEDIO
NUNCA

Entrevistar personalmente a fuentes informativas	4,4	14,3%
Ir al lugar de los hechos/ investigar en las calles	4,3	21,4%
Redactar información en distintos géneros y formatos	4,9	14,3%
Editar y producir información en video	4,1	52,4%
Editar y producir información en audio	4,3	47,6%
Editar y corregir información	5,3	7,1%
Contestar correos de lectores y/ o fuentes	5,1	28,6%
Gestionar, manejar información a través de las redes sociales	5,8	23,8%
Investigar, buscar y documentar información en línea	5,5	14,3%
Difundir o publicar información en blogs o en sitios de internet	4,8	23,8%
Vender publicidad	4,6	98,1%
Reuniones de trabajo con jefes	3,6	9,5%
Relaciones públicas con posibles fuentes	4,5	33,3%

PERIODISTAS

BASE 2012/2013



Ahora le voy a leer algunas frases en español: casi siempre, casi nunca o nunca.
En su opinión, en México ¿Que tan frecuentemente le han periodistas...?

BASE: 56 CASOS

	SIEMPRE	CASI SIEMPRE			NUNCA
Verifican e investigan lo que escriben y publican					
TOTAL	22,0%	40,0%	24,0%	8,0%	6,0%
DIRECTORES	—	50,0%	37,5%	—	12,5%
PERIODISTAS	26,2%	38,1%	21,4%	9,5%	4,8%
Son presionados para que escriban o publiquen a favor o en contra de alguien					
TOTAL	2,0%	8,0%	56,0%	16,0%	18,0%
DIRECTORES	12,5%	12,5%	37,5%	12,5%	25,0%
PERIODISTAS	—	7,1%	59,5%	16,7%	16,7%
Gozan en sus organizaciones de absoluta libertad de expresión					
TOTAL	28,0%	24,0%	32,0%	12,0%	4,0%
DIRECTORES	25,0%	37,5%	25,0%	—	12,5%
PERIODISTAS	28,6%	21,4%	33,3%	14,3%	2,4%



Ahora le voy a leer a guayas estas en escala de siempre, casi siempre, casi nunca o nunca. En su opinión, en México ¿Qué tan frecuentemente las periodistas...?

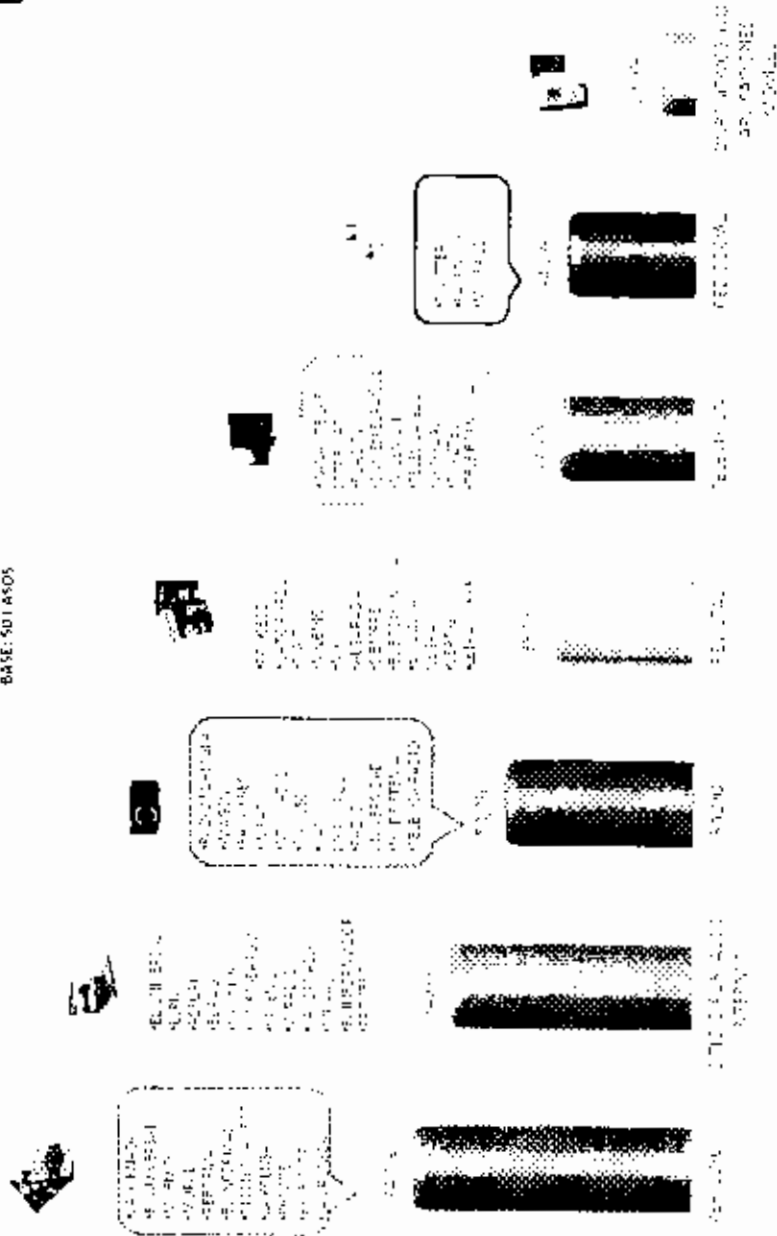
BASE: 50 CASOS

	SÍEMPRE	CASI SIEMPRE			NUNCA
Deciden sobre aspectos que pueden afectar su trabajo					
TOTAL	20,0%	20,0%	32,0%	14,0%	14,0%
DIRECTORES	32,5%	23,0%	37,5%	—	25,0%
PERIODISTAS	21,4%	19,0%	31,0%	16,7%	11,9%
Tienen códigos de ética en sus organizaciones periodísticas					
TOTAL	45,0%	28,0%	10,0%	10,0%	5,0%
DIRECTORES	32,5%	37,5%	12,5%	25,0%	12,5%
PERIODISTAS	52,4%	26,2%	9,5%	7,1%	4,8%
Se conducen en su trabajo con pleno con ética y profesionalismo					
TOTAL	40,0%	30,0%	26,0%	2,0%	2,0%
DIRECTORES	32,5%	50,0%	25,0%	—	11,5%
PERIODISTAS	45,2%	26,2%	26,2%	2,4%	—
Conocen las leyes y reglamentos que norman la operación de los medios en México					
TOTAL	32,0%	12,0%	28,0%	22,0%	5,0%
DIRECTORES	32,5%	12,5%	25,0%	27,5%	12,5%
PERIODISTAS	35,7%	11,9%	28,6%	19,0%	4,8%



¿A través de qué medios prefiere mantenerse informado?

BASE: 501 ASOS





¿Utiliza usted internet?

BASE: 100 CASOS



¿Que tan frecuentemente utiliza internet?

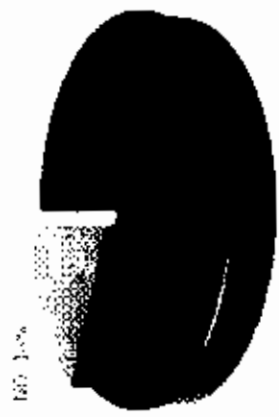
BASE: 46 CASOS





¿Se encuentra usted registrado en alguna red social?

BASE: 50 CASOS



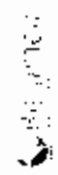
¿Cuál red social?

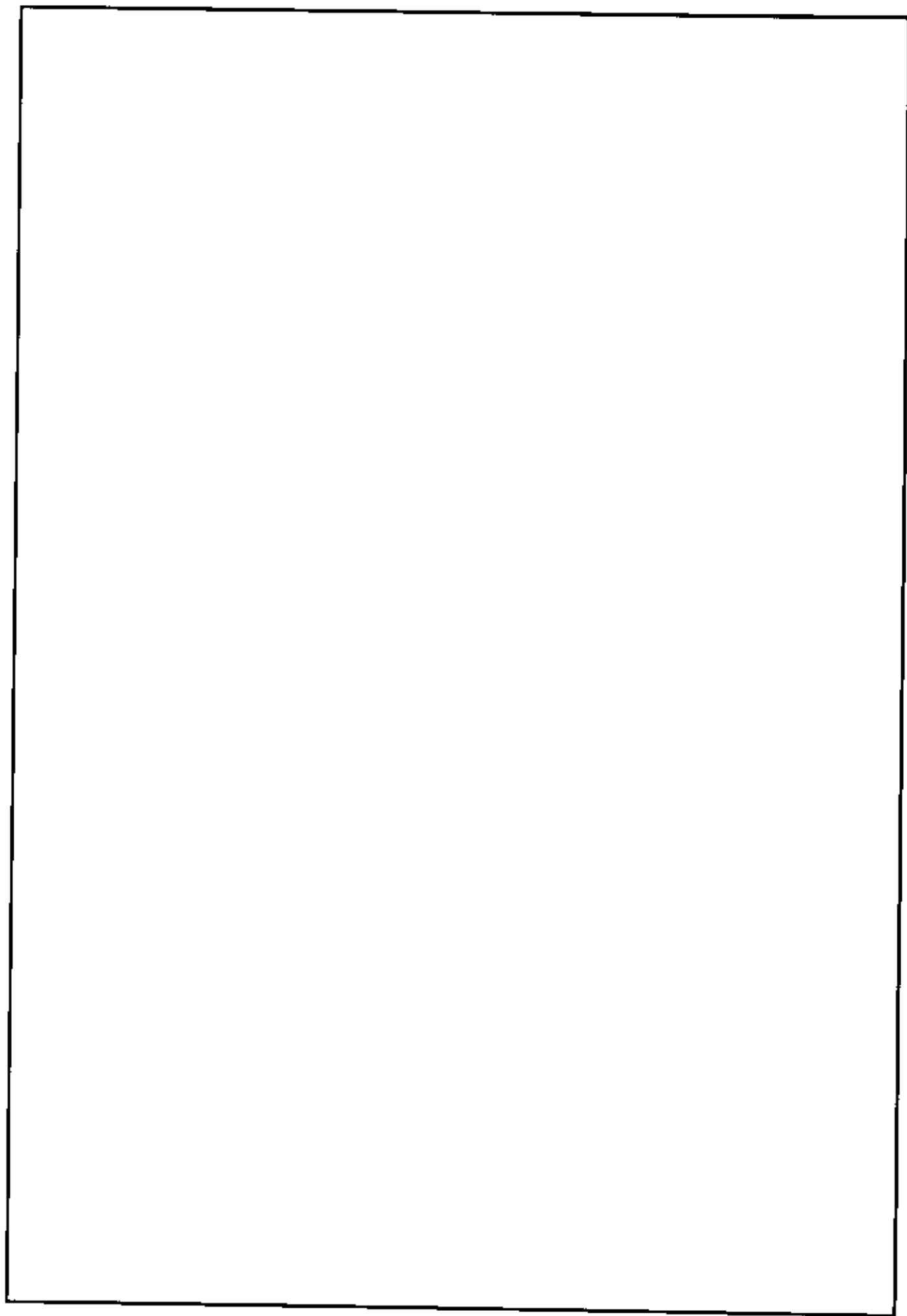
BASE: 41 CASOS



¿Tiene usted un blog?

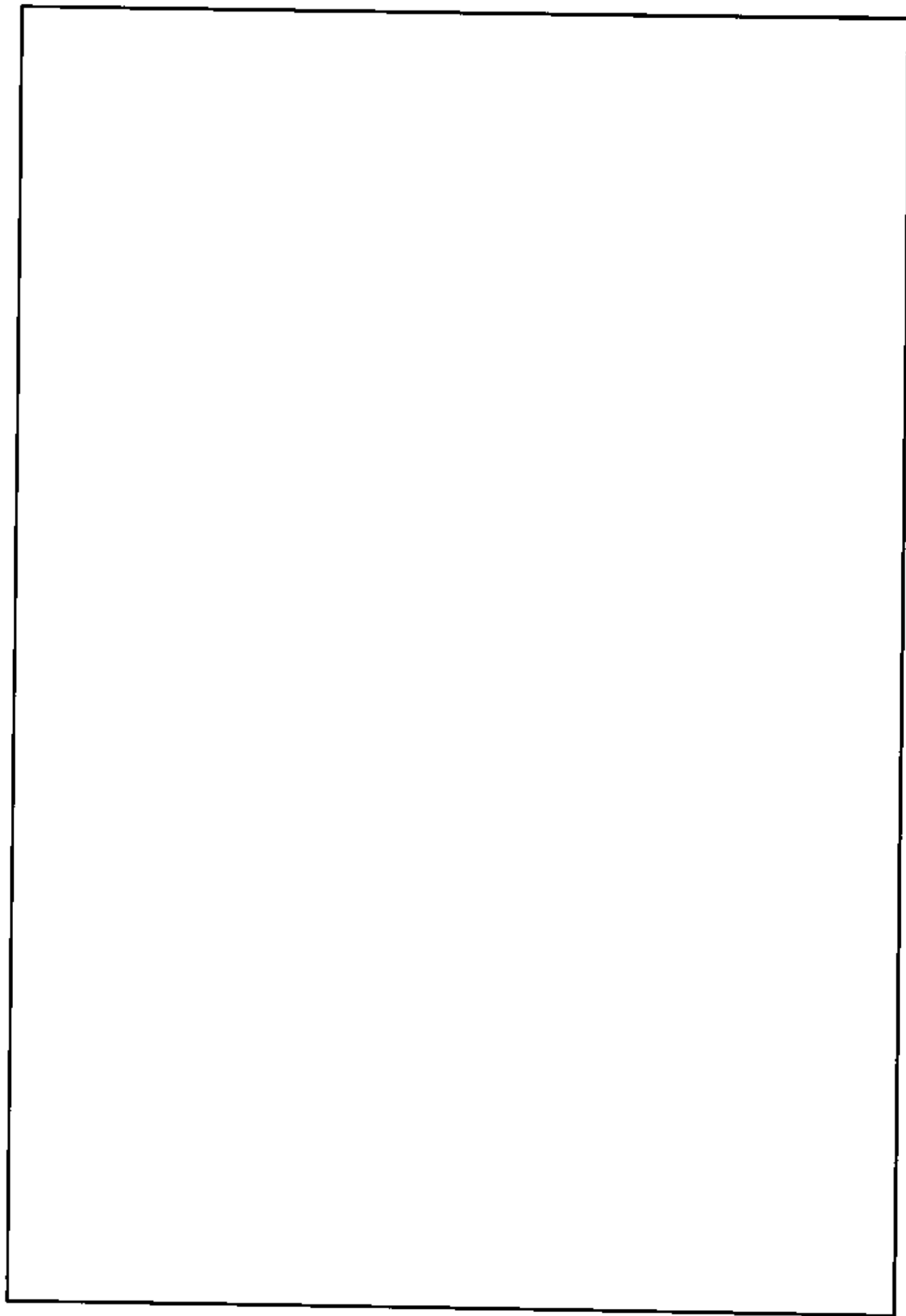
BASE: 50 CASOS







HABILIDADES





En escalar de muy importante, algo importante o nada importante ¿Qué tan importante es para usted que el personal a su cargo domine las siguientes habilidades para desarrollar su trabajo?

DIRECTORES

BASE: 8 CASOS

	MUY IMPORTANTE	ALGO IMPORTANTE	
Investigar a profundidad	100,0%		
Grabar video	37,5%		12,5%
Grabar audio	75,0%		12,5%
Fundamentar ideas y opiniones	75,0%		
Usar herramientas digitales para investigar y documentar información	37,5%		
Escribir o estructurar historias y noticias para la web	37,5%		
Usar programas de cómputo para editar y producir audios	50,0%		12,5%
Usar programas de cómputo para editar y producir videos	25,0%		12,5%
Navegar y difundir información de Internet	37,5%		
Manejar cuentas en redes sociales	50,0%		
Escribir de manera clara y precisa ideas y/o pensamientos	37,5%		



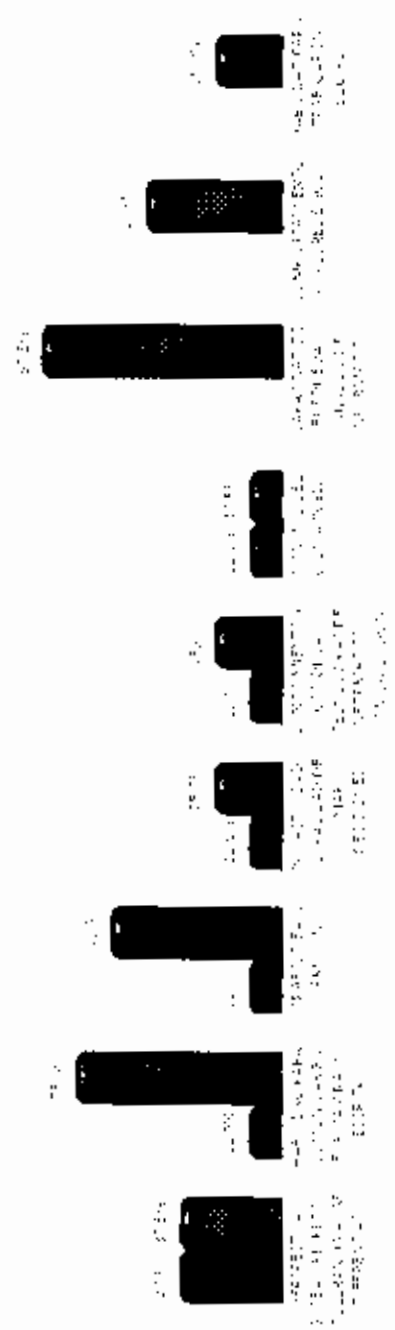
De la siguiente tija que le voy a mostrar, por favor ordene de más importante al menos importante para usted, los siguientes aspectos que debe tener un **egresado universitario** especializado en periodismo para su desempeño profesional.

DIRECTORES
BASE 8 CASOS

VALOR MÁXIMO: 100 PUNTS

● RESPONDA MENOS

● RESPONDA MÁS





Es una escala de 1 a 5 en donde 1 es la calificación más baja y 5 la más alta. Díganse por favor cómo se califica usted en las siguientes habilidades dentro del ejercicio periodístico.

PERIODISTAS

BASE: 47 CASOS

	CALIFICACIÓN PROMEDIO	CALIFICACIÓN PROMEDIO	
Escribir de manera clara y precisa ideas y/o pensamientos	4,4	Comunicarse de forma directa con sus lectores o audiencias	3,8
Fundamentar ideas y opiniones	4,3	Grabar audio	3,7
Usar herramientas digitales para investigar y documentar información	4,2	Usar programas de cómputo para editar y producir audios	3,1
Investigar a profundidad	4,1	Usar programas de cómputo para editar y producir videos	2,9
Escribir o estructurar historias y noticias para la web	4,1	Desarrollar o emprender su propio medio informativo en línea	2,9
Navegar y difundir información de internet	4,0	Grabar video	2,9
Manejar cuentas en redes sociales	3,9	Generar recursos con un sitio informativo en línea	2,8



INTERÉS EN PROFESIONALIZACION EN PERIODISMO

DIRECTORES

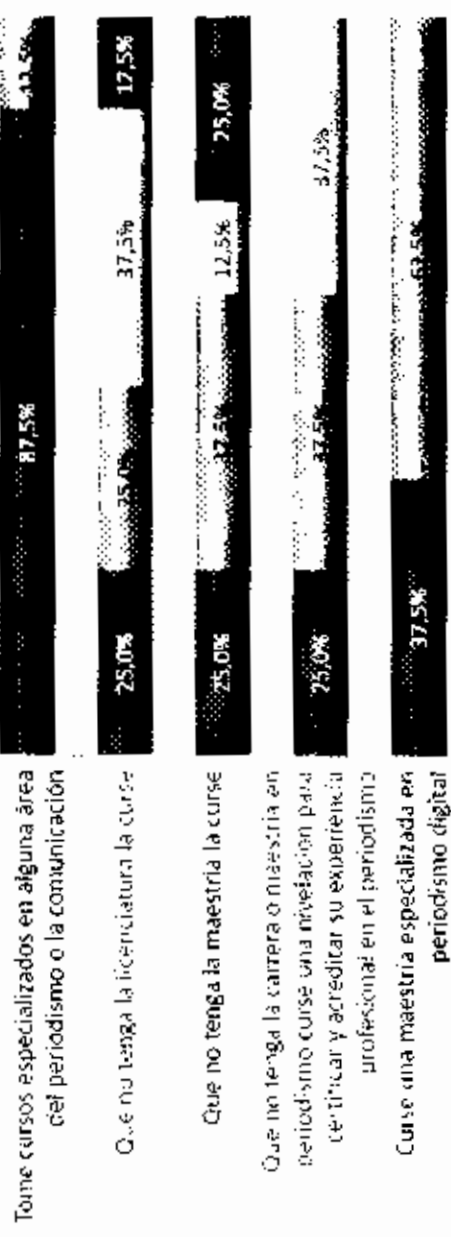
BASE 8 CASOS

Retina



En una escala de muy importante, algo importante, poco importante o nada importante.
Digame ¿Que tan importante es para su medio que el personal ... ?

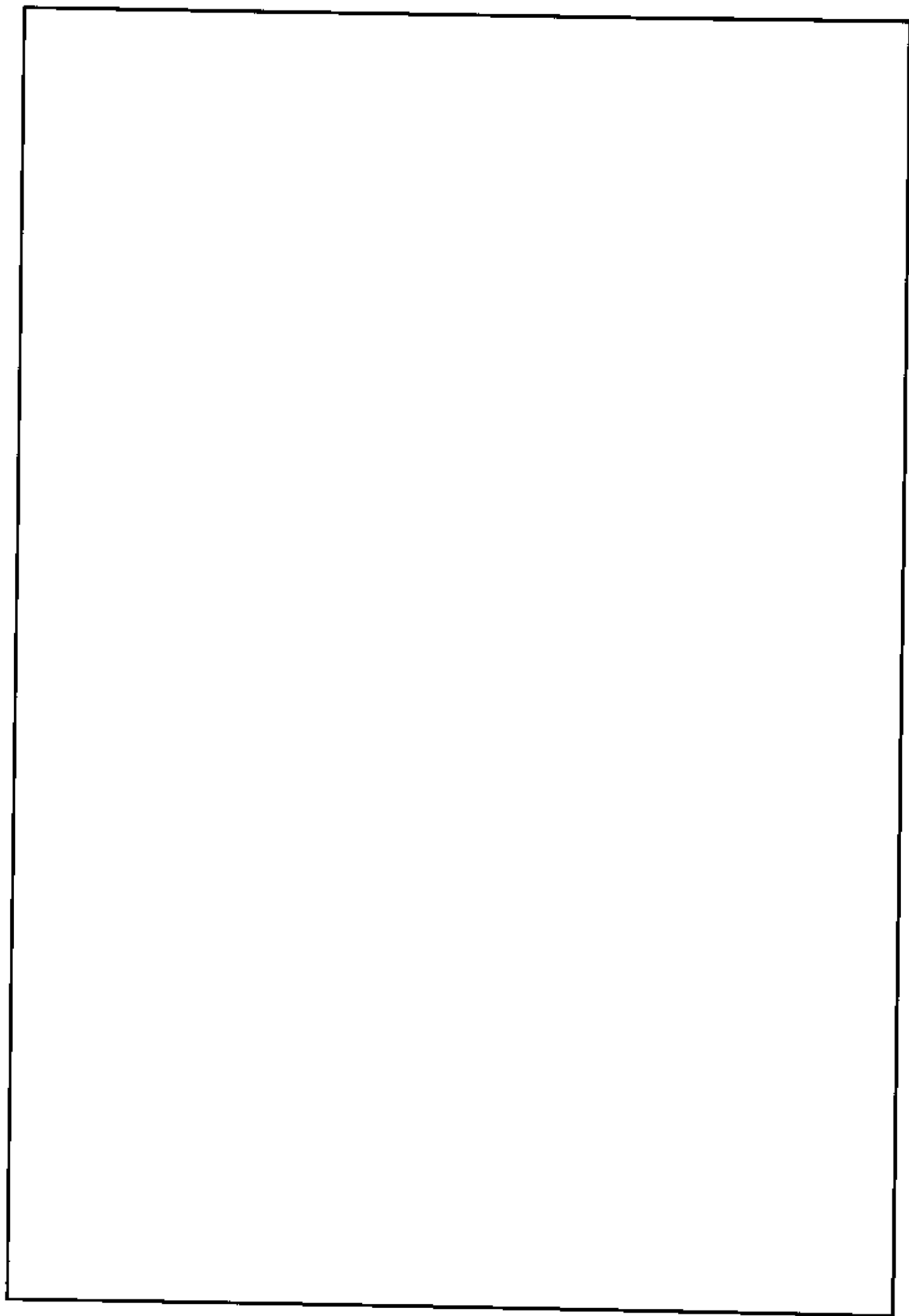
DIRECTORES
BASE I CASOS



INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS Y SOCIALES
INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS Y SOCIALES

INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS Y SOCIALES
INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS Y SOCIALES

INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS Y SOCIALES
INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS Y SOCIALES





En general, ¿Qué opinión tiene usted de la capacitación en línea?

DIRECTORES BASE 8 CASOS



En general la opinión es buena ya que se considera que posibilita la actualización con las facilidades de tiempo y espacio para quienes no tienen tiempo de asistir de manera presencial a una institución.

Sin embargo se considera que en ocasiones no se toma como una opción de capacitación debido a:

- Falta de recursos tecnológicos.
- Falta de recursos humanos.
- Falta de recursos económicos.
- Falta de recursos de tiempo.
- Falta de recursos de espacio.
- Falta de recursos de información.





¿Cuál es el mayor beneficio que obtiene al realizar estudios en línea?

DIRECTORES

BASE: 1.400

PERCENTAJE MÚLTIPLE |





DIRECTORIOS

Ventajas de realizar estudios de manera virtual

Principalmente accesibilidad y practicidad (tiempo y espacio)

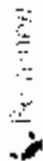
El costo

El tiempo

- El tiempo que se tarda en diseñar un proyecto
- El tiempo que se tarda en hacer los planos de un proyecto
- El tiempo que se tarda en hacer los planos de un proyecto
- El tiempo que se tarda en hacer los planos de un proyecto

- El tiempo que se tarda en hacer los planos de un proyecto
- El tiempo que se tarda en hacer los planos de un proyecto
- El tiempo que se tarda en hacer los planos de un proyecto
- El tiempo que se tarda en hacer los planos de un proyecto

- El tiempo que se tarda en hacer los planos de un proyecto
- El tiempo que se tarda en hacer los planos de un proyecto
- El tiempo que se tarda en hacer los planos de un proyecto
- El tiempo que se tarda en hacer los planos de un proyecto





¿Cuáles serían las desventajas de estudiar en línea?

DIRECTORES

BASE 8 CASOS

REGIÓN ANTIQUE





Desventajas de estudiar de manera virtual

La ausencia de una relación cara a cara

La ausencia de una relación cara a cara puede ser una desventaja para algunos estudiantes. Esto puede afectar su motivación y su capacidad de comprender los conceptos. Además, la falta de interacción puede hacer que el aprendizaje sea más lento y menos efectivo.

La falta de interacción puede ser una desventaja para algunos estudiantes. Esto puede afectar su motivación y su capacidad de comprender los conceptos. Además, la falta de interacción puede hacer que el aprendizaje sea más lento y menos efectivo.

Bajar de rendimiento

Oferta académica limitada

La oferta académica puede ser limitada en comparación con la educación presencial. Esto puede afectar la capacidad del estudiante de elegir cursos o programas de estudio que se ajusten a sus intereses y necesidades.

La oferta académica puede ser limitada en comparación con la educación presencial. Esto puede afectar la capacidad del estudiante de elegir cursos o programas de estudio que se ajusten a sus intereses y necesidades.

Dificultades técnicas y falta de paciencia o conocimiento para navegar en la web

Que el aprendizaje es solamente teórico

El aprendizaje puede ser más teórico y menos práctico en comparación con la educación presencial. Esto puede afectar la capacidad del estudiante de aplicar los conocimientos adquiridos en situaciones reales.

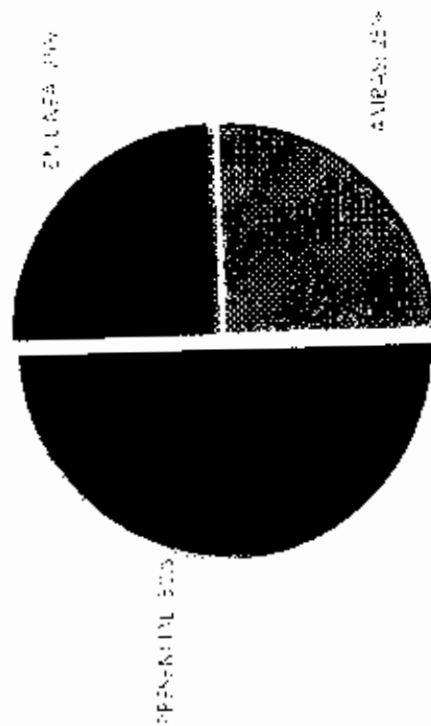


Mencionan también que no se le da suficiente valor académico al estudiar un curso o posgrado en línea




Para usted ¿Que modalidad es mejor para la capacitación del personal a su cargo presencial o en línea?

DIRECTORES
BASE: 8.640DS





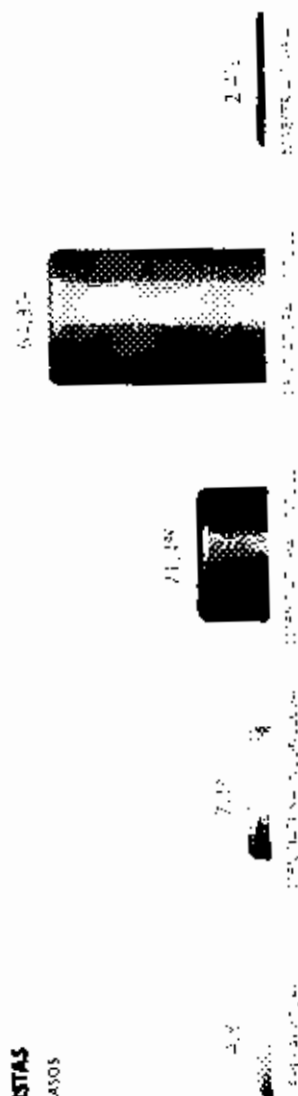
INTERÉS EN PROFESIONALIZACION EN PERIODISMO

 **Comunicación**



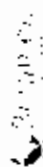
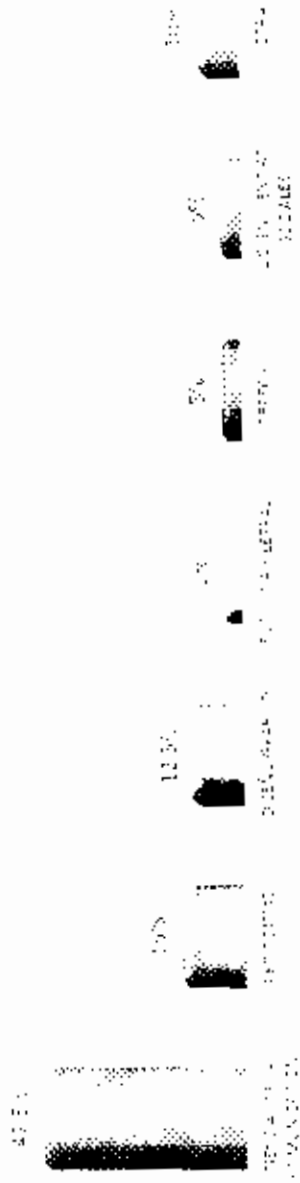
Me puede decir ¿Cuál fue el último grado que completó en la escuela usted?

PERIODISTAS
BASE: 42 CASOS



¿Cuál carrera estudió?

PERIODISTAS
BASE: 42 CASOS





En una escala de muy interesado, interesado, poco interesado o nada interesado.
Dígame ¿Que tan interesado se encuentra usted en...?

PERIODISTAS
BASE: 42 CASOS

Tomar cursos especializados en alguna área de:
periodismo o la comunicación



PERIODISTAS QUE NO TIENEN LICENCIATURA
BASE: 5 CASOS

Cursar estudios de licenciatura en la modalidad
en línea



PERIODISTAS QUE NO TIENEN MAESTRÍA
BASE: 36 CASOS

Cursar estudios de maestría en modalidad en
línea



Cursar una maestría cubriendo el área de periodismo
digital en modalidad en línea



PERIODISTAS QUE NO TIENEN ESTUDIOS DE PERIODISMO
BASE: 12 CASOS

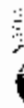
Cursar una nivelación para certificar y acreditar
su experiencia profesional en el periodismo



UNIVERSIDAD

DE LA

PACÍFICA



UNIVERSIDAD



PERIODISTAS
BASE 421.5605

¿Ha usted tomado algún curso en línea?

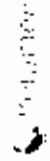
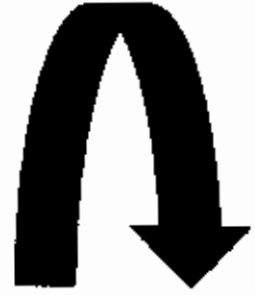


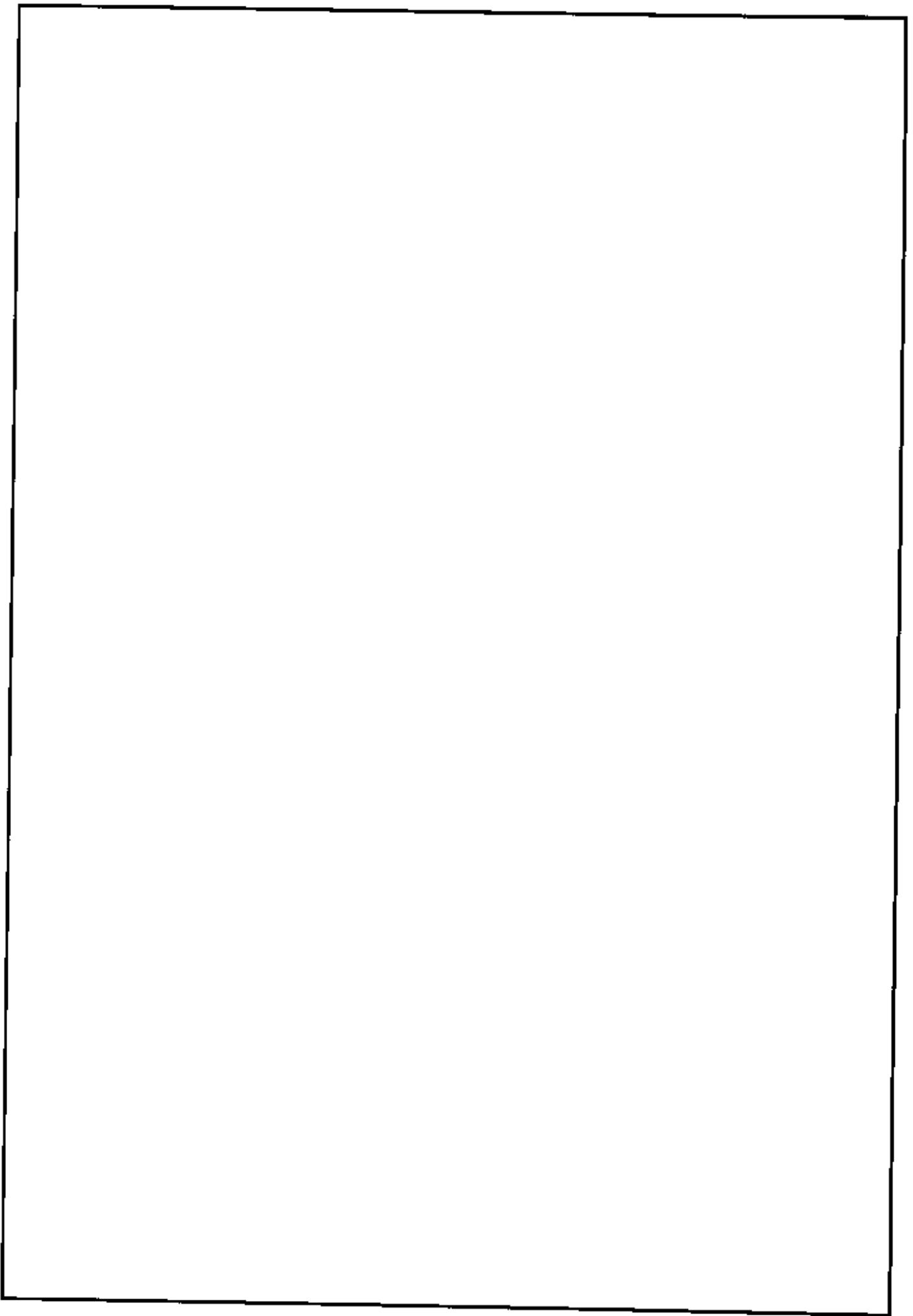
Principales temas sobre los que han tomado cursos en línea

- ✓ En primer lugar están los temas que tienen que ver con el **periodismo virtual**.
- ✓ Les siguen temas como **derechos humanos, periodismo y violencia**, así como temas relacionados con la adquisición de **habilidades para la docencia** y **por último cursos de idiomas**.

➤ **Cursos de Periodismo digital**

“...los cursos en línea en la UZ...
...de Aragón
...que he tomado en los cursos de periodismo digital”
Peregrina Velasco







Personalmente, ¿te gustó la experiencia de tomar un curso en línea?

PERIODISTAS QUE HAN TOMADO ALGÚN CURSO EN LÍNEA

BAM-11-CASOS

140 2019



Comodidad
(tiempo, lugar, duración)

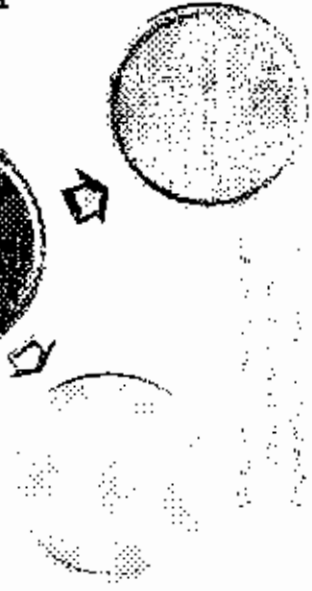
1. ¿Por qué te gustó más el curso en línea?
 1. Comodidad (tiempo, lugar, duración)
 2. Acceso a los recursos de aprendizaje
 3. Poder avanzar a tu propio ritmo
 4. Poder revisar los contenidos tantas veces como quisiera

Experiencia Positiva

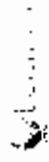
2. ¿Por qué te gustó más el curso en línea?
 1. Acceso a los recursos de aprendizaje
 2. Poder avanzar a tu propio ritmo
 3. Poder revisar los contenidos tantas veces como quisiera

Instructores bien preparados

3. ¿Por qué te gustó más el curso en línea?
 1. Poder avanzar a tu propio ritmo
 2. Poder revisar los contenidos tantas veces como quisiera



La única que personas a la que no le gustó la experiencia en línea argumentó principalmente razones como la presencia de problemas técnicos y de comunicación.





PERICLITAS

Principalmente accesibilidad y practicidad (tiempo y espacio)

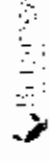
En menor medida, el costo, ya que se considera más económico

Costo de los estudios

Se debe tener en cuenta los costos de los estudios, pero no se debe olvidar que el costo de los estudios es menor que el costo de los estudios de campo. Además, el costo de los estudios de campo es mayor que el costo de los estudios de laboratorio.

Se debe tener en cuenta los costos de los estudios, pero no se debe olvidar que el costo de los estudios es menor que el costo de los estudios de campo. Además, el costo de los estudios de campo es mayor que el costo de los estudios de laboratorio.

Ventajas de realizar estudios de manera virtual



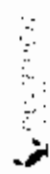


INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y
DESARROLLO TECNOLÓGICO

UDG



CONOCIMIENTO DEL SISTEMA VIRTUAL DE LA UDEG





¿Cambiará usted el sistema virtual de la Universidad de Guadalajara?



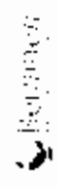
BASE: 50 CASOS



Respuesta	Porcentaje
SI	70.0%
NO	27.5%
NO SABE	2.5%

En esta encuesta de muy buena fortuna, más a muy mala, ¿Que opinión tiene de del sistema virtual de la Universidad de Guadalajara?

BASE: 17 CASOS





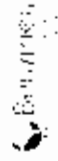
PERIODISTAS

Desventajas de realizar estudios de manera virtual

- La ausencia de una relación cara a cara con el profesor y compañeros que facilite la fluidez de dudas y retroalimentaciones
- La posibilidad de bajar el rendimiento debido a la percepción de una menor exigencia principalmente por la flexibilidad del tiempo dedicado al curso.
- Oferta de académica muy limitada

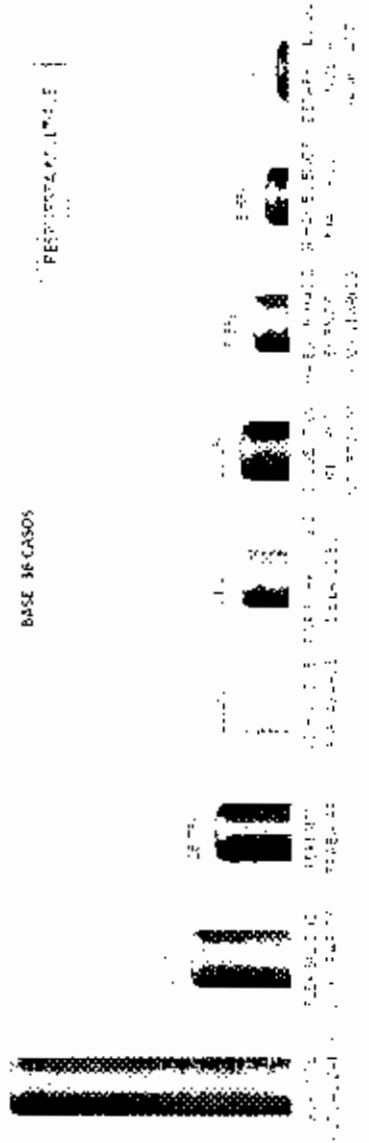
• Mayor interacción mediante foros de debate y actividades de aprendizaje colaborativo

• El tiempo que se emplea en el curso es menor que en el presencial

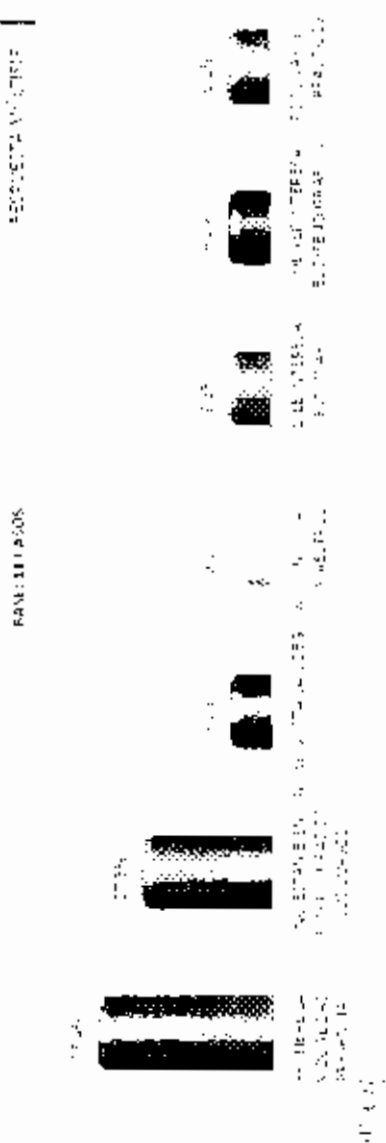




¿Por qué es **muy atractivo** u **algo atractivo** para usted estudiar algún curso de perfeccionamiento en el esquema de universidad virtual?



¿Por qué es **poco atractivo** o **nada atractivo** para usted estudiar algún curso de perfeccionamiento en el esquema de universidad virtual?





DIRECTORES



Por qué

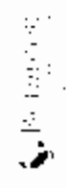
La U de G virtual ofrece cursos y carreras especializados en periodismo, ¿Qué tan atractivo resulta que el personal a su cargo estudie algún curso de periodismo en línea?

Muy atractivo

Algo atractivo

¿5 por 1? Los alumnos aprenden en la universidad y también repiten en la preparación y el aprendizaje.

¿Qué tan atractivo resulta que el personal a su cargo estudie algún curso de periodismo en línea?





PERIODISTAS



La U de G virtual ofrece cursos y carreras especializados en periodismo. ¿Qué tan atractivo resulta estudiar algún curso de periodismo de forma virtual?

Muy atractivo

Algo atractivo



Nada atractivo

La capacitación virtual en periodismo es muy atractiva para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista. El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

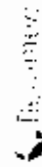
El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.

El curso de periodismo virtual de la U de G es muy atractivo para el periodista.



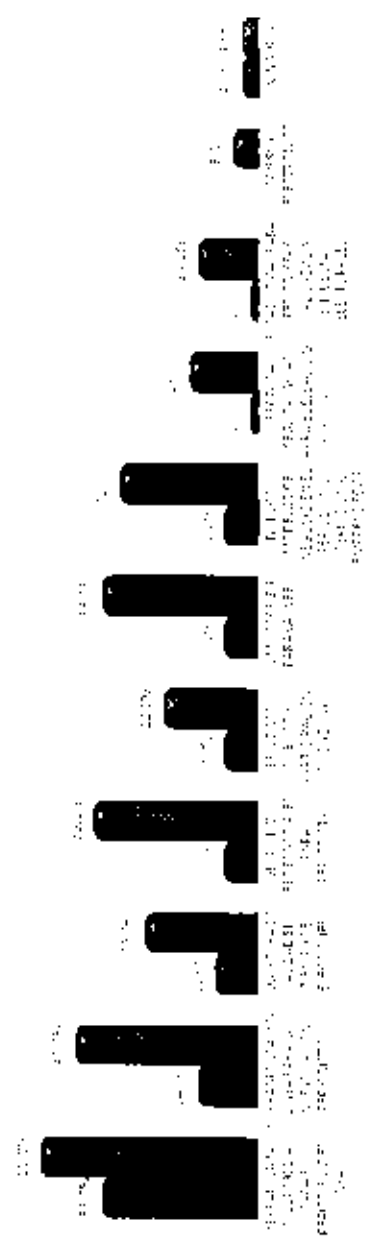


De la siguiente tarjeta, determine si son cuales son los 3 cursos que le parecer mas atractivos para estudiar.

BASES DE DATOS

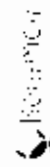
ESTADÍSTICAS

- ESTADÍSTICA
- BASES DE DATOS





PRINCIPALES HALLAZGOS





VISION DEL PERIODISMO Y PRÁCTICAS PROFESIONALES

- El estudio refleja que los directivos son más críticos sobre el periodismo que se practica en México, que quienes no tienen personal a su cargo. Aceptan mayor intervención del gobierno en los medios de comunicación y piensan que el monopolio que hay en los medios no favorece la profesionalización del periodismo en el país.
- Sobre la veracidad de la información que transmiten los medios, se dividen las opiniones, entre quienes piensan que sí lo hacen y los que opinan que no todo lo que se difunde a través de los medios es verdad. Hay mayor grado de acuerdo entre los directores, en que los medios de comunicación reciben dinero o apoyo del gobierno y que para emprender un negocio en este sector, se necesitan tener palancas y amigos en el aparato gubernamental.
- En lo referente a las facilidades para desarrollarse como profesional del periodismo, los periodistas piensan que encontrar empleo en esta actividad no es fácil, tampoco lo es, tener un sueldo digno. 72% cree que se puede ser periodista en México sin tener la carrera profesional en esa área.
- La mitad de los entrevistados cree que son mejor pagados los periodistas que saben utilizar las tecnologías, aunque no están de acuerdo que el periodismo digital es mejor que el impreso.



- Sobre las prácticas profesionales, los periodistas se sienten menos hábiles en las referentes al manejo de tecnologías, como la edición de audio y video y las nuevas plataformas de redes sociales y sitios informativos on line.
- La mayoría de entrevistados se manifiesta interesado en tomar algún curso relacionado con el periodismo y comunicación o en que el personal a su cargo los tome. No así la profesionalización de quienes no tienen la carrera de periodismo. Los directores se muestran a favor de que se cursen estudios de periodismo digital.

CAPACITACIÓN EN LINEA

- En general, hay apertura a ésta, siempre y cuando los cursos sean de temas de su interés y con buenos maestros.
- 3 de cada 10 han tomado algún curso on line, cuya experiencia fue positiva en la mayoría de los casos.
- Las principales ventajas que ven en la capacitación en línea son el manejo de horarios y tiempo que le dedican al curso, así como la comodidad de evitar desplazamientos.
- Las desventajas que asocian con esta modalidad, es la poca o nula interacción con maestros y compañeros. Lo que demerita la calidad de la educación que reciben, al tener muy poca retroalimentación y solución de dudas. También aducen aspectos como la falta de disciplina que puede propiciar, así como la probabilidad de fallas técnicas.



POSICIONAMIENTO E IMAGEN DE LA UDEG VIRTUAL

- El sistema virtual de la UDEG es desconocido para los periodistas de la Cd. de Mexico. Los entrevistados de Guadalajara la mayoría sabe de él; quienes identifican el Sistema Virtual de la UDG, un 70% dice tener una buena imagen de éste.
- A quienes les parece atractivo estudiar algún curso de periodismo en este sistema de la UDEG, mencionan entre las razones, el prestigio de la Universidad de Guadalajara.
- Cabe destacar las condicionantes a esta forma de capacitación en el Sistema Virtual de la UDEG, con relación a que se tengan temas de interés y buenos maestros.
- Los cursos evaluados que resultan más atractivos son:
 - Herramientas multimedia para el periodismo en línea
 - Herramientas en línea para la investigación periodística
 - Gestión de redes sociales para periodistas
 - Cómo escribir para la web
 - Nuevos modelos de negocio en el periodismo (periodismo emprendedor)



RECOMENDACIONES

- Si bien la aceptación a la modalidad virtual es alta, también lo es la percepción de que tiene desventajas, siendo la más recurrente la falta de interacción y retroalimentación con los participantes del curso y los maestros. Por lo que es un aspecto que tendra que trabajarse en el diseño del curso y en la comunicación que se haga para la promoción de éstos.
- Se tiene que ofrecer prácticas dentro del curso, hubo menciones a que este tipo de plataforma no permite o incentiva la realización de ejercicios, algo esencial en el periodismo.
- Los directores mencionan que las cualidades más importantes en los periodistas son la capacidad de análisis, búsqueda de la información y poder expresarse de forma oral y escrita, por lo que es algo que debe variarse en el diseño de las herramientas on line.
- Los cursos que mas han tomado en línea tiene que ver con periodismo digital, coincidente con el interés en especializarse en esa materia, por lo que se ve un área de oportunidad para la apertura de cursos y especializaciones.
- Finalmente, es conveniente dar mayor difusión al Sistema Virtual de la UDEG, los periodistas de la Cd. de Mexico desconocen esta opción educativa.



Berumen

ANEXO 2. CURRÍCULOS DE LOS PROFESORES DE TIEMPO COMPLETO

Curriculum Rosa Elena Richart Varela

Datos Personales

Domicilio: Blvd. Bosques de San Isidro # 1307 int. 115, Fracc. Valle de San Isidro , Zapopan Jalisco. CP. 45132

Teléfonos CASA: 38 11 91 89 CEL: 33 14 66 08 11

CURP: RIVR670818MICCRS03

Nacionalidad: Mexicana

Fecha de Nacimiento: 18 de Agosto de 1967

Lugar de Nacimiento: Guadalajara Jalisco

No. Del IMSS: 489671331

Correo Electrónico: rerv4767@hotmail.com

Datos Laborales

Dependencia:

Nombramiento: Profesor Titular "A" Tiempo Completo

Código: 8710597

Ultimo Grado Obtenido

Maestría en Educación con especialidad en "Metodología de la Docencia, de la Universidad del Golfo. Titulada el 5 de junio de 1999.)

Otros Estudios: Diplomados, Foros, Cursos, Talleres, Simposios,

1. Diplomado "Diseño y Operación de Cursos en Ambientes Virtuales "Realizado en modalidad mixta del 16 de marzo al 20 de agosto de 2004, con una duración de 200 hrs.
2. Diplomado de Derecho Político y Administración Pública Municipal (Carga Académica de 30 hrs. aula) impartido por la División de Estudios Jurídicos de la Universidad de Guadalajara y el Instituto de Administración Pública de Jalisco, Marzo de 1995.
3. Diplomado en Desarrollo de Habilidades Académicas, cursando la asignatura de autoestima y la asignatura de Recuperación y análisis de la Práctica Educativa en el ciclo escolar de verano de 1997, en el I.T.E.S.O, desarrollado en el mes de julio del mismo año.
4. Diplomado de Alternativas Didácticas para la Enseñanza, organizado por el Depto. De Formación docente de la Escuela Preparatoria No.5 de Septiembre de 1996 al mes de Agosto de 1997.
5. IV Seminario de Comercio Internacional, organizado por la Universidad de Guadalajara, teniendo como sede el Hotel Hyatt, los días 24,25 y 26 del mes de Noviembre de 1993.
6. Foro de Excelencia "Análisis e Innovación sobre Federalismo Fiscal" realizado el 22 y 23 de Julio de 1994, por el Instituto de Administración Pública del Estado de Jalisco.
7. Curso Taller "Planeando Tu Vida", impartido del 11 al 15 de Noviembre de 1996, por la Universidad de Guadalajara, el Instituto Mexicano del Seguro Social y el Instituto Mexicano de Investigación de Familia y Población, A.C
8. Curso "El Adolescente Escolar", en la Ciudad de Guadalajara, dentro del Simposio Regional de las Américas. Octubre de 1998.organizado por la Asociación Psiquiátrica Mexicana, Instituto Mexicano del Seguro Social, Universidad de Guadalajara.
9. Simposio "Tendencias y Retos de la Educación Media superior, hacia el siglo XXI", los días 25 y 26 de Noviembre de 1999. Organizado por el Sistema de Educación Media Superior y la Escuela Preparatoria No.5.
10. 5º Encuentro de Capacitación y Desarrollo de Personal 1999. "Crecimiento Humano y Laboral", que se realizo en las instalaciones del CUCSH, del 25 al 29 de Octubre de 1999.
11. XVI Foro Internacional de Emprendedores, que tuvo lugar en el Hotel Hacienda Cocoyoc en el Estado de Morelos del 9 al 14 de Julio de 2000, 2001,2002 ,2003 y 2004
12. VIII Simposio de Educación Cátedra "Pablo Freire", con el tema "Ética y Conocimiento en la Transformación Social", realizado del 23 al 26 de Febrero de 2000, en las Instalaciones del ITESO.

13. Taller "Metodología de la Investigación filosófica", del 28 al 01 de agosto del 2003, impartido en la escuela preparatoria No. 5
14. Simposio de Contaduría, " III Milenio: El Umbral de la Excelencia", organizado por la Universidad Panamericana de Guadalajara, teniendo como sede el Hotel Plaza Guadalajara. Realizado los días 24,25 y 26 del mes de Noviembre de 1993.
15. Curso taller "Planeación, desarrollo y evaluación de la enseñanza" organizado por Picasa, del 17 al 21 de enero de 2005.
16. Curso Taller "El trabajo Cooperativo y los valores" realizado en la preparatoria 5 del 25 al 27 de noviembre de 2004.
17. Curso Taller "Introducción a los procesos de investigación" impartido del 25 al 29 de Julio 2005. Por Picasa, teniendo como sede la Preparatoria No.5
18. Curso Taller "Legislación Universitaria Aplicable a los Procesos de Ingreso y Promoción del Personal Académico" realizado en el Edificio Valentín Gómez Farias del 25 al 27 de enero del 2007.
19. Curso Taller de Formación de Evaluadores, los días 10 y 11 de julio de 2007 con una carga horaria de 40 horas, impartido por el Consejo Nacional de Evaluación para la Educación Media Superior, A.C.
20. Curso Taller; "los oradores y los discursos y la oratoria realizado en el mes de septiembre del 2008, organizado en la Escuela Preparatoria No.5
21. Curso Taller de planeación Estratégica Primera Fase con sede en la Preparatoria No. Y Segunda Fase en Mazamitla, Abril del 2008 con una carga horaria de 90 hrs.
22. Curso Taller "Inducción a la Calidad y a las Normas del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001-2000" Nov. 07 del 2008 Organizado por el INACS.
23. Curso Taller "Interpretación de la Norma ISO 9001- 2000, INACS 21 de Nov. De 2008
24. Curso Taller de "Elaboración de Documentos del SGC, Diciembre 16 de 2008, por parte del INACS.
25. Curso Taller de " Indicadores de Gestión y Herramientas Estadísticas para la medición, análisis y control de procesos. 16 de enero de 2009 por el INACS.
26. Curso Taller de "Formación de Auditores Internos en Sistemas de Gestión de Calidad ISO 9001-2008" con una carga horaria de 24 hrs. Impartido el 22 de julio de 2009, por el INACS.
27. Curso " Estructura Organizacional de la Universidad de Guadalajara del 20 al 24 de julio de 2009 en la Escuela Preparatoria No.5 con una duración de 30 hrs. Como parte del Programa institucional de Capacitación para la Superación Académica.

28. Curso "Análisis de Datos y Solución de Problemas" impartido por Global Standards Training. El día 04 Septiembre de 2009 con una carga horaria de 8 hrs.
29. Curso de CERTIFICACION como AUDITOR INTERNO en la norma ISO 9001:2008, otorga el certificado Global Standards , Enero de 2011.

Elaboración de Proyectos Institucionales

- 1.- **Diseño Curricular de la Carrera de Periodismo, con 4 terminales especializantes. Actualmente se imparte en el Centro Universitario de la Ciénaga**
- 2.- Proyecto realizado: "Aula Universia", convocatoria lanzada por el Banco Santander, obteniendo el PRIMER lugar, el premio fue; 20 computadoras y el pago de un prestador de servicio social.
- 3.- Proyecto realizado: "Modelos de Uso y Organización de los Servicios Educativos de EDUSAT. Obteniendo el PRIMER lugar,
- 4.- **Implantación del Sistema de Gestión de Calidad con la Norma ISO 9001_2008, y certificación del mismo en abril de 2010, en los procesos administrativos de "Ingreso, Permanencia y Egreso" en la Escuela Preparatoria No.5**

Cargos Administrativos

- 1.- Asistente del Subsecretario de Cultura, del Gobierno del Estado de Jalisco, de marzo de 1989 a junio de 1991.
- 2.- Coordinadora Administrativa de los Foros Culturales, en todo el Estado de Jalisco. De 1989 a 1991.
- 3.- Directora del Programa de Estímulos a la Creación Artística del Consejo Estatal de la Cultura y las Artes del Estado de Jalisco. De 1992 a 1994.
- 4.- Coordinadora del "Festival Jalisco Artistas Becarios", Organizado por el Consejo Estatal de la Cultura y las Artes de Jalisco, en los meses de Septiembre, Octubre y Noviembre de 1992.
- 5.- Directora de Relaciones Públicas del Consejo de Promoción y Fomento Turístico de Mazamitla de 1992 a 1994.
- 6.- Coordinadora Escolar del programa "Jóvenes Emprendedores" de la Preparatoria No5. de 1997 a 2007.
- 9.- Miembro del Comité Editorial de la Revista Aportes Académicos de la

Preparatoria No.5 de 1999 a 2001.

10.– Coordinadora de Calidad en la Escuela Preparatoria No.5 de junio de 2009 a enero de 2011” Implantando el Sistema de Gestión de Calidad con la Norma Internacional ISO 9001-2008 en los procesos administrativo de Ingreso, Permanencia y Egreso.

Miembro de Comisiones Especiales

1.– Miembro Propietario de la Comisión Dictaminadora para el Ingreso y la Promoción del Personal Académico del Sistema de Educación Media Superior para el Periodo del 1º de Agosto de 2006 al 31 de Julio de 2008.

2.– Miembro Propietario del Consejo de Escuela de la Preparatoria No.5 durante el periodo 2006-2007; 2007-2008.

3.– Miembro de la Comisión de Mejora del SGC de la Escuela Preparatoria No.5 de enero 2010 a enero 2011.

4.– Miembro del Consejo Tutorial de la Preparatoria No.5 ciclo escolar 2010 “A y B”

Trabajo Académico

1.– Elaboración de Planeaciones didácticas de las materias de Programa de Extensión y Filosofía III. Julio de 2007

2.– Participar en el Programa de Tutorías Académica de la Escuela Preparatoria No.5, como Tutor de Grupo, Coordinador de Nivel desde 1999.

3.– Participar en el equipo de trabajo para la Elaboración del Plan Estratégico Institucional de la Escuela Preparatoria No.5 para el periodo 2008—2010, 2010– 2012.

4.– Participar como Jurado Calificador en el Concurso de Ensayo Filosófico de la Escuela Preparatoria No.5 el 24 de Octubre de 2008 y 12 de junio de 2009.

5.– Miembro del Comité de Tutorías Académicas de la Escuela Preparatoria No.5 de Enero de 2009 a la fecha

PUBLICACIÓN DE MATERIALES.

1.– Libro “Hábitos de Estudio y Habilidades para el aprendizaje”; ISBN: 970-9758-68-3 Edición: 2007.

INVESTIGACIÓN ACADÉMICA

1.– Ponente en el “Congreso Internacional entre Docentes en Ciencias de la Salud 2007” realizado del 28 al 30 de Noviembre de 2007, con la ponencia Implantación y evaluación de la intervención de hábitos de Estudio y habilidades para el aprendizaje,

con el propósito de incrementar el rendimiento escolar en alumnos de bachillerato del Calendario "A" de la Escuela Preparatoria No.5 Organizado por la Universidad de Guadalajara, Universidad Autónoma de Sinaloa y la Universidad Autónoma de Nayarit.

2.- Presentación de la Investigación "Trayectoria escolar de un grupo de alumnos de la preparatoria NO.5, que tomaron un curso de hábitos de estudio y español." dentro de la XVIII Semana Nacional de la Investigación Científica realizada los días 5,6 y 7 de Diciembre de 2007, organizado por la Universidad de Guadalajara y CONACYT.

3.- Memorias del Congreso Internacional entre docentes en Ciencias de la Salud., Pág. 191 Revista de Educación y Desarrollo, No. Especial Noviembre de 2007 con el tema: "Implementación y evaluación de Hábitos de estudio y Habilidades para el aprendizaje, con el propósito de incrementar el rendimiento escolar en alumnos de Bachillerato del Calendario "A" de la Escuela Preparatoria No.5.

Cursos Impartidos:

1.- Cursos de Introducción a la Administración, Materia Optativa de 5 sem. En la Escuela Preparatoria No.5

2.- Programas de Extensión "Habilidades Empresariales en los Niños" 6 semestre , En la Escuela Preparatoria No.5.

3.- Curso Taller de Inducción a la Norma de Calidad ISO 9001-2008.

4.- Curso Taller Plan de Vida y Carrera, impartido a Desarrollo Empresarial Mexicano, IMPULSA.

5.- Enfoques Administrativos, En la Escuela Preparatoria No.5

6.- TAE "Proyectos Empresariales, En la Escuela Preparatoria No.5

7- Curso taller de "Nivelación de Hábitos de Estudio y Habilidades para el aprendizaje para alumnos del calendario escolar "2007 "A" con una carga horaria de 48 hrs.

8.- Curso de Inducción a estudiantes de primer ingreso del Bachillerato General por Competencias, en la Escuela Preparatoria No.5 2008 y 2009 "A" y "B".

Reconocimientos Especiales

1.- Mención Honorífica, en el Premio Universitario a la Vinculación Universidad – Sociedad 2000. por el proyecto "Jóvenes Emprendedores", Adscrito al Sistema de Enseñanza Media Superior, de la Universidad de Guadalajara. Entregado por el Rector González Romero, el 11 de Octubre de 2000.

2.- El Servicio Comercial de los Estados Unidos de América, Consulado General en Guadalajara, Reconoce el apoyo y participación en el evento de vinculación empresa – escuela, en el que se contó con la presencia del Secretario de Comercio de los Estados Unidos de América Sr. Donald Evans y el Secretario de Economía de México Sr. Fernando Canales Clariond, teniendo como sede la Escuela Preparatoria No.5 el día 28 de Junio 2004.

Curriculum Rodrigo González Reyes

DIRECCIÓN: La noche 2583, Col. Jardines del Bosque, Guadalajara, Jalisco, México. C.p. 44520.

TELÉFONO: (0133) 3121 6880
Celular: 333143-4585

Correo: mamiferoparlante@yahoo.com.mx

FECHA DE NACIMIENTO: 12 de enero de 1978

GRADOS

- *Candidato a Doctor en Comunicación
- * Maestro en Comunicación
- * Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- * Técnico Superior en Ciencias de la Comunicación
- * Diplomado en Desarrollo Humano

FORMACIÓN ACADÉMICA

2008 - **Candidato a doctor**, Doctorado en Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina. Tesis en curso: "Rutas de uso, selección y apropiación tecnológica en la elección y consumo de bienes culturales digitalizados. Un estudio de economía moral entre jóvenes *heavy consumers*". Director de tesis: Dr. Guillermo Orozco G.

2006 – 2008 **Maestría en Comunicación**, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. Posgrado inscrito en el Padrón Nacional de Excelencia de Posgrado – Competencia Internacional del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT). Estatus de cursada: **becado completo**.

Promedio General: 99.2 / 100

Tesis presentada: *"El espacio público de la WEB en la transnacionalización de comunidades México-Estados Unidos. El caso de los sitios de oriundos desde sus usos sociales y asociativos"*. Director de Tesis: Dr. Guillermo Orozco Gómez.

1999 – 2004 **Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Estatus de cursada: **becado parcial**. Grado obtenido el 12 de enero de 2006.

Cédula profesional: 4719370

Promedio General: 9.4 / 10

Servicio Social: Diagramación del Portal de la *Red Iberoamericana de Estudios de Recepción*.

Tesis presentada: *Una mirada histórico contextual al fenómeno de los videojuegos*. Director de tesis: Dr. Guillermo Orozco Gómez.

1994 – 1997 **Carrera Técnica (técnico superior) en Ciencias de la Comunicación**, Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA). Título obtenido: Técnico Superior en Ciencias de la Comunicación.

Servicio Social: Asistente de relaciones públicas, Zoológico de Guadalajara.

1997 – 1997 **Diplomado Desarrollo Humano Integral**, Universidad del Valle de Atemajac, Guadalajara, México.

IDIOMAS:

Inglés 577 puntos TOEFEL (julio 2009).

Francés Lectoescritura formal (formación vivencial)

Portugués Lectoescritura formal (CUI, Buenos Aires, Argentina)

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Investigación y gestión académica

2007 - **Investigador titular**, asociación civil Televidencias, Comunicación, Educación y Cultura. A.C., Director: Dr. Guillermo Orozco G., Guadalajara, México.

2007 - 2007 **Investigador adjunto**, asociación civil Televidencias, Comunicación, Educación y Cultura, A.C., Dr. Guillermo Orozco G., Guadalajara, México.

2006 – 2008 **Miembro del Equipo de Investigación** del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva, (OBITEL) capítulo México, Universidad de Guadalajara

2005 - 2009 **Asistente de Investigación** Dr. Guillermo Orozco Gómez. Becario del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI). Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), CUCHS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México

2005 – 2006 **Asistente de investigación**, Dra. Susan Street N. Directora Regional, Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social - Occidente (CIESAS Occidente), Guadalajara, México.

2005 - 2006 **Asistente de Dirección Regional**, Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social Occidente (CIESAS Occidente) / Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Guadalajara, México.

2003 - 2005 **Asistente Parcial de Investigación**, Dra Susan Street N., Dirección General Del Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social - Occidente, (CIESAS Occidente), Guadalajara, México.

2002 – 2005 **Asistente de Investigación Nacional III**, con Nombramiento de Secretaría de Educación Pública (SEP) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT). Investigador: Dr. Guillermo Orozco Gómez, Departamento de

Estudios de la Comunicación Social, CUCHS. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

2001 – 2002 **Asistente Personal de Investigación - Tiempo Completo.** Dr. Guillermo Orozco Gómez, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), CUCHS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

2001 – 2002 **Asistente Temporal de Investigación.** Dr. Jesús Martín Barbero, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Guadalajara, México.

Docencia y coordinación académica

Docente, Comunicación y cultura, Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Calendario 2011 - A .

Docente, Formación de públicos y audiencias. Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Calendario 2011 - A

Docente, Relaciones públicas, Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara. Calendario 2010 –B.

Coordinador Académico, Maestría en Comunicación y Tecnologías, Educativas, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE – iniciativa UNESCO), Ciudad de México, México, Agosto 2008 – enero 2009.

Coordinación docente e instructor: seminarios interinstitucionales *Jóvenes, maestros y pantallas*. Instituciones participantes: Escuela Normal CRECE-Estipac (Licenciatura en educación normalista); UNIVA (bachillerato técnico en comunicación); UNIVER (licenciatura en comunicación y bachillerato técnico en comunicación); CONALEP II Jalisco (Bachilleratos técnicos), Instituto Koala (primaria), La morada infantil (Primaria), Escuela Urbana Irene Robledo (primaria), Universidad de Guadalajara, Televidencias A.C. Julio 2010 – enero 2011.

Docente, *Educomunicación*, Maestría en Comunicación y Tecnologías Educativas, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE - iniciativa UNESCO), Ciudad de México, México. Agosto 2008 – enero 2009.

Profesor Adjunto de Asignatura en las materias:

*Filosofía II

*Epistemología de las Ciencias Sociales.

*Epistemología de la Educación

*Introducción al Problema del Hombre.

Profa. Titular: **Dra. Ruth Béjar Orozco**, Centro de Formación Humana, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), 2002 – 2006 Guadalajara, Jal.

Profesor Titular del Área de Humanidades en Educación Secundaria y Profesor Titular de Inglés Avanzado en Educación Secundaria de tercer grado. Centro Educativo Los Pinos A.C. Directora: Mtra. Susana Herrera L. Guadalajara, Jal. Julio 2001 – agosto 2002

Profesor suplente de materias humanísticas en el Programa Sabatino de Preparatoria Abierta del ITESO (la institución se negó a extender constancia pues se perdieron los registros departamentales de la época). Julio 1999 – agosto 1999.

Profesor de Humanidades, Educación secundaria, Instituto Emmanuel Mounier, Guadalajara, México. Junio 1996 - agosto 1997

PERTENENCIA A ASOCIACIONES Y REDES

Miembro del Comité de Dictaminación de la Revista Comunicación y Sociedad. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara.

Co-coordinador y Co-fundador Red Iberoamericana de Doctorados en Comunicación (RIDOCOM), Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Vocal A de la asociación civil "Televidencias, Comunicación, Educación y Cultura A.C.", Guadalajara, México.

Miembro del Consejo Técnico, Revista Comunicar, Colectivo Andaluz de Educación y Comunicación Huelva, España. No. 29.

Miembro del Equipo de Investigación del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva, México.

Consultor especialista, Directorio de Especialistas del Programa de Diplomado en Tecnologías de Información y Comunicación, UNAM. México, junio de 2009

Medios comerciales e iniciativa privada

2001 – 2003 **Editor de contenido** de la Revista Digital del portal WEB www.proyectogdl.com. Director General: Esteban Soto M. Guadalajara, Jal.

2002 – 2003 **Coprodutor** de la emisión radiofónica Transmisión 0.2, 102.7 F.M. Radical, Televisa Radio / Grupo Proyecto GDL.

1998 – 2001 **Editorialista**, Equipo editorial Grupo Universo Magazine, Guadalajara, Jal.

1996 – 1998 **(voluntariado)**. Departamento de Relaciones Públicas, *Youth for Understanding México*, A.C.

PUBLICACIÓN

Libro

Título preliminar: **Metodología cualitativas**. Libro por encargo en proceso de escritura. Coautoría con Guillermo Orozco.

Tesis publicada

El espacio público de la WEB en la transnacionalización de comunidades México-Estados Unidos. El caso de los sitios de oriundos desde sus usos

sociales y asociativos, Biblioteca Digital, Federación Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Flacso Andes, Quito, Ecuador. www.flacsoandes.org.

Capítulo de libro

La diáspora digital mexicoamericana y los sitios de oriundos: una mirada exploratoria al fenómeno y sus formas, en Zeyda Rodríguez (Coordinadora) *Entretejidos comunicacionales*, Pp. 171 – 192. Universidad de Guadalajara, agosto 2010. ISBN 978-607-450-266-4

Artículos en revistas académicas especializadas

“Los televidentes no nacen, se hacen. Una revisión a Televisión y producción de significados, 23 años después” (en coautoría con Darwin Franco). *Razón y palabra*, número especial, No. 75, ISSN 1605 – 4806. Instituto Tecnológico de Monterrey, Mayo 2011.

Personal Influence: a 55 años del descubrimiento de los líderes de opinión, *Razón y palabra*, número especial, No. 75, ISSN 1605 – 4806. Instituto Tecnológico de Monterrey. Diciembre de 2010. Instituto Tecnológico de Monterrey, mayo 2011.

“Nacidos para comprar. Reseña a la obra de Juliet Schor”, *Revista Comunicación y Sociedad*, nueva época, Universidad de Guadalajara, No. 14, Pp. 217 -220, ISSN 0188-252X, México, Julio 2010

“Capital social: un revisión introductoria a sus principales conceptos”, *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, Universidad de Manizales, Número especial, No. 2 Vol. 7, Pp.1731–1747, ISSN 1692-715X, Manizales, Colombia, diciembre 2009.

“Televisión en México. Un recuento Histórico”, Recensión de libro, *Revista Perspectivas de la comunicación*, Vol. 2, No. 1, Universidad de la Frontera, Chile. ISSN 0718-4867, Pp 162 – 163, Septiembre de 2009.

“La internet desde las comunidades de aprendizaje. Una perspectiva sobre la producción mediada del capital social”, *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, Consejo Mexicano de Investigación Educativa (COMIE), No. 40. Vol. XIV, ISSN 1405-6666, México. enero – marzo 2009

“La educación hacia la comunicación: el reto actual de la sociedad del aprendizaje” en coautoría con Guillermo Orozco, *Revista Educación*, Ministerio de Educación, No. 333, Santiago de Chile, septiembre de 2008.

“Flujos informativos, riesgo e incertidumbre. Una propuesta teórica desde las representaciones sociales y algunos abordajes para su estudio”, *Revista Question*, No. 18, Universidad Nacional de La Plata, Argentina, mayo de 2008. ISSN 1669-6581

“La diáspora mexicana online: pretextos de lectura en torno al capital social”, en *Revista Nómadas*, No. 28, Universidad Central – IESCO, Colombia, Mayo de 2008. ISSN 0121-7550.

"Los estudios de recepción en América Latina. Un recuento con futuro" en coautoría con Guillermo Orozco. En *Sphera Publica*. Universidad Católica de Valladolid, España, Número Especial, 2007. ISSN 1180-9210.

"¿Es usted moderno o posmoderno?" En *Revista Tragaluz*. Grupo Editorial Tragaluz. México, Núm. 32, octubre de 2005. ISSN 1665-3270.

"Una televisión para la educación". recensión de libro, en *Comunicación y Sociedad*, Revista del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Núm. 4 Nueva época, julio – diciembre de 2005, Universidad de Guadalajara. ISSN 0188-252x.

"Salida de emergencia: sobre lo post de lo moderno" en *Takwá Revista de Historia de la Universidad de Guadalajara*, Núm. 7, otoño de 2003. Universidad de Guadalajara. ISSN 1870-5138.

Artículos in extenso

"Las redes virtuales, tutores informales: nuevas formas en la producción mediada de capital social", Memorias del Primer Congreso Virtual Iberoamericano de Calidad en Educación a Distancia EduQ@2008, Buenos Aires, Argentina, Octubre de 2008.

"De la red a la acción", Memoria del Encuentro AMIC 2008, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Monterrey, N.L., México, mayo de 2008.

"Internet y producción de capital social: el caso de la diáspora mexicana y el surgimiento de los sitios de oriundos en la WEB", Memoria del Encuentro, Unión Latina de Economía Política de la Información y la Comunicación, (ULEP-ICC), Noviembre 2007, México – España, ISSN 978-970-95812-0-1.

Los "sitios de oriundos" en la WEB: la diáspora mexicano-americana y el uso social de la Internet como nuevo mecanismo de producción de capital social, Memoria del Encuentro del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación 07 (CONEICC). México. Octubre 2007.

Los "sitios de oriundos": una visión de la diáspora mexicanoamericana y sus usos sociales de la WEB desde el enfoque del capital social, Memoria del X Congreso Internacional IBERCOM "Comunicar la unidad de la diversidad", México, Noviembre de 2007.

Colaborador Investigador en los capítulos

"¿De una expresión cultural a un mero objeto de consumo? Un itinerario de la telenovela en México", Autor: Guillermo Orozco para publicarse en el libro *Hacia un estudio de la cultura popular en la Península Ibérica: una aproximación comparada*, Santiago de Compostela; coordinador Lorenzo Vilches. En prensa.

"TV in Mexico", Autor: Guillermo Orozco (2005). en COOPER-CHEN, Anne (coord.) *Global Entertainment Media*, Lawrence Erlbaum, Nueva Jersey, ISBN 0-8058-5169-0.

Coordinación de cuidado editorial de libros y monográficos

"Televisión en México. Un recuento histórico". Autores: Guillermo Orozco y Francisco Hernández (2007), Universidad de Guadalajara, México. ISBN 978-970-27-1302-9.

"Un mundo de visiones". Autor: Guillermo Orozco (Ed.) (2007), Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, México, ISBN 970-792-041-6.

"Educomunicación en América Latina", Número monográfico especial, No. 29, Revista Comunicar, Grupo Pedagógico Andaluz, España, ISSN 1134-3478/DL:H-189-93 (2007).

"Anuario de la Ficción 2009", Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva, México – Brasil. Globo Universidade, Sao Paulo. Brasil. Coorrevisor.

Traducción de artículos

Thomas Tufte, (2007) **"Soap Operas y construcción de sentido: Mediaciones y etnografía de audiencia"**, en Comunicación y Sociedad. No. 8, Número especial XX aniversario. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. ISSN 0188-252x. Inglés – Español. Pp. 89-112. (traducción delegada personalmente por el autor).

Guillermo Orozco (2007) **"Podemos ser más creativos al pensar sobre cómo adoptar generalizadamente la innovación tecnológica en la educación"** En Revista Matrices, Núm. 1. Universidad de Sao Paulo, Sao Paulo. ISSN 1982-2073. Inglés – Español Pp. 209-118

Traducción a portugués, **Papelería institucional y documentos de difusión**, panel Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva, ALAIC / Congreso de las Américas, México, DF, Julio 2008.

Publicaciones en prensa o en dictamen

"Entrevista a Guillermo Orozco: propuestas sobre la planificación doctoral en programas de posgrado en comunicación en América Latina". Revista Tra(m)pas de la Comunicación y la Cultura, Universidad Nacional de La Plata. Número especial RIDOCOM

"Pensar la comunicación desde América Latina: Un estado de la cuestión de la formación de doctores en Comunicación en universidades latinoamericanas". Revista Tra(m)pas de la Comunicación y la Cultura. Universidad Nacional de La Plata. Número especial RIDOCOM. Coautoría con RIDOCOM

"La sociología clásica norteamericana de la comunicación y su actualidad en los estudios de opinión" (colaboración con Liliana Demirdjian). Comunicación y sociedad, Universidad de Guadalajara, Diciembre de 2010.

"Contextos de inclusión tecnológica. Una revisión de estudios en México y Argentina" (en coautoría con Dorismilda Flores y Esaú Bravo). Global Media Journal. noviembre de 2010.

"Los sitios de oriundos en el proceso de transnacionalización México-Estados Unidos. Un acercamiento al caso del sureste mexicano". Revista Sur de México, Universidad Autónoma de Yucatán (UADY). Artículo por pedido (Dr. Esteban Krotz) / Número Inaugural, febrero de 2009.

Dictámenes a obras académicas realizados

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, marzo 2011.

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, febrero 2011.

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, enero 2011.

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, septiembre 2010.

Dictamen a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, 2008.

Codictaminación con comentarios a la "**Ley para la Equidad e Igualdad entre Mujeres y Hombres del Estado de Jalisco**", a propósito de materia mediática. A petición de Campo Nuevo A.C., México, 1 de agosto 2008.

Codictaminación a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Mediaciones, Universidad Minuto de Dios, Colombia, 13 agosto 2008.

Codictaminación a libro (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación, UNAM, noviembre de 2007.

Codictaminación a artículo (título de obra reservado por discreción de doble ciego). Revista Comunicare, Universidade Cásper Líbero, Brasil, 8 de septiembre 2008.

Reseña a obra y entrevistas concedidas y publicadas

*Reseña a obra, Periódico El regional, Universidad Nacional de Neiva, Colombia, agosto de 2010

*Reseña a obra, Proyecto Comunicación Transnacional, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS). <http://mexicopolis.net/circuito/index.php>. Julio de 2010.

*Entrevista pedida para periódico mexiconorteamericano *Guadalajara Reporter*, aparecida con el título "How videogames are changing the world", Guadalajara, Jalisco, 4 de febrero 2009, sección Columns.

*Entrevista pedida para *Periódico Mural-Milenio*, aparecida con el título "Migran a la Red", sobre las comunidades virtuales de migrantes mexicanos y mexicoamericanos en Internet, en el marco de las movilizaciones masivas del 1º de mayo de 2006, Guadalajara, Jalisco, Sábado 6 de mayo de 2006, P. 8, sección Comunidad.

PONECIAS y CONFERENCIAS

Conferencista internacional invitado. Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Conferencia "Teoría de la argumentación". Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. La Plata, Argentina, 15 julio de 2010.

Conferencista internacional invitado. Ciclo experiencias recientes de investigación en comunicación y cultura en América Latina. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Conferencia "Internet, migración y transnacionalización: la diáspora digital mexicoamericana". La Plata, Argentina, 9 de junio de 2010.

Ponente. Primer Congreso Iberoamericano de Calidad en Educación a Distancia Eduqua 2008, Ponencia "Las redes virtuales, tutores informales: nuevas formas en la producción mediada de capital social", Mendoza, Argentina, 29-31 de Octubre de 2008.

Ponente. Semana de Sociología. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara. Ponencia "Los sitios de oriundos, un fenómeno mediático-migratorio inexplorado", Guadalajara, 27 de mayo de 2008.

Ponente. Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) 2008. Ponencia "De la red a la acción: la diáspora virtual mexicoamericana desde de la perspectiva del capital social", Monterrey, 6 – 9 de mayo de 2008.

Ponente. VI encuentro Internacional de la Unión Latina de la Economía Política para la Información la Cultura y la Comunicación (ULEP-ICC). Ponencia "Sitios de oriundos" en la WEB: la diáspora mexico-americana y algunos usos sociales de la Internet como nuevos mecanismos de producción de capital social", México, Noviembre 2007.

Ponente. X Congreso Internacional del IBERCOM "Identidad Iberoamericana. Comunicar la unidad de la diversidad". Ponencia "Los sitios de oriundos": una visión de la diáspora mexicoamericana y sus usos sociales de la WEB desde el enfoque del capital social", Guadalajara. 21 y 22 de noviembre de 2007.

Ponente. Encuentro Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Ponencia "Los usos sociales desde el capital social. El caso de la diáspora mexicana y el surgimiento de los "sitios de oriundos en la WEB"
16,17 y 18 de octubre de 2007.

Ponente. Encuentro de Comunicación 2002. Ponencia "Campo comunicativo: experiencias, retos y encuentros", Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2002.

Ponente y Coordinador del Panel. Jornadas de Comunicación 2001 "Comunicación, estudiantes y futuros profesionales", Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2001

Ponente. Jornadas de Comunicación 2001. Ponencia: "Comunicación, jóvenes practicantes y campo académico". Departamento de Estudios Socioculturales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO, febrero 2001

Ponente. Coloquio "Los procesos de comunicación y salud en el adolescente", Semana de Comunicación CECyTVA – UNIVA, Universidad del Valle de Atemajac, 26 de febrero 1996.

***Coordinación logística** en la "Presentación del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL). Capitulo México, Feria Internacional del Libro (FIL) y Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Universidad de Guadalajara, noviembre de 2005.

***Asistencia logística** en el IX Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre de 2005.

***Coorganizador** "Primer Congreso Internacional OBITEL", OBITEL México y Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Universidad de Guadalajara, Octubre 2007.

***Asistencia logística** en el VIII Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre de 2004.

***Asistencia logística** en el Panel "Al filo de las pantallas. Educación en la era de la visualidad tecnificada", VII Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre de 2003.

***Asistencia logística** en el VI Seminario Internacional Comunicación y Sociedad, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, noviembre 2002.

PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN DE MÁS DE UN AÑO DE DURACIÓN

Coordinador de proyecto y equipo de trabajo. "Desarrollo de comunicación institucional para Jalisco Hambre Cero A.C." Jalisco Hambre Cero / Banco de Alimentos / Licenciatura en Comunicación Pública, Universidad de Guadalajara (Diciembre 2010 -)

Co-coordinador de proyecto y equipo de trabajo. "Observatorios de televisión en la escuela: un espacio para desarrollar la interacción crítica y creativa de docentes y estudiantes con las pantallas (montado en 10 escuelas de Jalisco). Titular Dr. Guillermo Orozco, Consejo estatal de Ciencia y Tecnología de Jalisco (COECyTJAL) – U de G, Televidencias A.C. (diciembre 2010 – marzo 2011).

Co-coordinador de proyecto. "¡Apantállate! La interacción educativa de jóvenes con las pantallas. Titular Dr. Guillermo Orozco, Televidencias, A.C. (2008-).

Administrador de proyecto binacional. "Difusión internacional de buenas prácticas de divulgación científica hechas en Jalisco, México y Trieste, Italia". Titular: Dr. Guillermo Orozco, COECyTJAL – Televidencias A.C. (2008-2008).

Investigador Titular: "El espacio público de la WEB en la transnacionalización de comunidades México Estados Unidos". Investigación posgradual, CONACyT, Universidad de Guadalajara (2006-2008).

Responsabilidad: **asistente de investigación.** "Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva" (OBITEL). Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario Ciencias Sociales y Humanidades, Un. de Guadalajara. (2005-2008).

Responsabilidad: **asistente de investigación.** "Jóvenes y usos sociales de Internet. Investigación comparativa entre Montreal, Guadalajara y Cuernavaca". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Univ. de Guadalajara - Universidad de Montréal (2006-2008).

Responsabilidad: **asistente de investigación.** "Maneras de estar y de ser y medios de aprender frente y más allá de las pantallas". Titular: Dr. Guillermo Orozco Universidad de Guadalajara, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (2004-2006).

Responsabilidad: **asistente de investigación.** "Pedagogía de la televidencia noticiosa". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (2003-2004).

Responsabilidad: **asistente de investigación.** "Percepciones, apropiaciones y usos de las noticias televisivas por familias mexicanas". Titular: Dr. Guillermo Orozco, Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (2002-2003).

TUTORÍAS ACADÉMICAS

Director de tesis. Alumna: Alma Celia Galindo Núñez. Tesis en proceso. Maestría en gestión y desarrollo social, Universidad de Guadalajara. Cal. 2010 - B- hasta la fecha.

Lector de coloquio. Alumna: Alma Celia Galindo Núñez. Maestría en gestión y desarrollo social, Universidad de Guadalajara. Diciembre, 2010.

Tutor académico (3° semestre), Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Febrero – julio 2011.

Tutor servicio social (7° semestre), Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal. Febrero – julio 2011.

Director de proyecto de titulación. Alumna: Luz Cirenia Ontiveros. Proyecto de titulación. Licenciatura en Comunicación pública, Universidad de Guadalajara. Calendario 2010 – B.

Sinodal. Examen profesional, alumno: Hugo García Díaz. Tesis: "La recepción televisiva del fútbol-pantalla en espacios comerciales". Maestría en Comunicación, Departamento de Estudio de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. 24 de enero de 2011.

Sinodal. Examen profesional, alumna: Citlalli González Ponce. Tesis: "Fotografía y contexto comunicativo: la lectura fotográfica en niños de Aguascalientes y Ocumicho, Michoacán". Maestría en Comunicación, Departamento de Estudio de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. 14 de septiembre de 2010.

Asesor de tesis. Alumna: Rocío del Carmen Ascencio Jaime. Tesis: "Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva: una mirada al fenómeno de las telenovelas mexicanas como aproximación a la observación de la violencia". Licenciatura en Sociología, Universidad de Guadalajara, México. Enero de 2008.

Sinodal. Examen profesional, alumno: Alejandro Huizar Moreno. Reporte de prácticas en campo. Licenciatura en Sociología, Universidad de Guadalajara. 2 de junio de 2006.

DISTINCIONES

* Invitación a pertenecer, en calidad de especialista, al Directorio de Especialistas del Programa de Diplomado en Tecnologías de Información y Comunicación, UNAM. México, 6 de junio de 2009

* Aceptación como Alumno Convocatoria 2008 – 211, Doctorado en Ciencias Sociales – Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS Occidente). 56 concursantes. 9 aceptados nacionales. Doctorado inscrito en el Programa Nacional de Excelencia CONACyT. Invitación declinada por desaparición de línea institucional de investigación 11 de agosto 2008.

* Finalista en competencias nacional abierta por la plaza de Profesor-Investigador Tiempo Completo. Licenciatura en Comunicación, Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México. (Invitación declinada por compromiso institucional irrevocable). 18 de julio 2008.

* Becario de investigación del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI), Cuerpo Académico Televisión, Historia, Producción y Recepción, Universidad de Guadalajara Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Guadalajara, Jal. 2006 – 2008.

* Beca de Excelencia en Apoyo al Posgrado, CONACyT, Maestría en Comunicación, Universidad de Guadalajara.

* Puntaje reportado en Examen Nacional de Posgrados CENEVAL EXANI III: 1,155 puntos. Mayo de 2006.

* Beca Parcial a Compromiso Académico, Licenciatura en Comunicación, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)

* Invitación a fungir como Investigador Educativo (declinada). Museo Interactivo El Trompo Mágico, Gobierno del Estado de Jalisco, Guadalajara, Jal.. Marzo 2005.

* 2° Lugar en el CONCURSO ESTATAL DE CONOCIMIENTOS DGETI – 1997 representando a la Universidad del Valle de Atemajac. UNIVA.

* 2° Lugar en el concurso de cuento corto UNIVA, 1995.

FORMACIÓN MENOR

*Curso de posgrado "Análisis de datos cualitativos en interfaces ATLAS T.I.", Federación Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Buenos Aires, Argentina, julio de 2010.

*Seminario de Especialización "Ciberculturas". Dr. Klaus Bhrun Jensen, Universidad de Copenhagen. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, enero de 2008.

*Cátedra de Investigadores Nacionales / Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva / Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, primer semestre de 2006.

*Seminario Procesos cognitivos en la lengua inglesa "Superthink", Houghton Muffin International. 2002.

*Seminario "Enseñanza de la lectura, una visión comunicativa", LIUMUSA, Encuentro Nacional de Enseñanza. Guadalajara, Jalisco, marzo de 2001.

*Programa "Vinculación Industrias Comunicacionales - Sector Privado", UNIVA / Patronato para el Desarrollo Empresarial Mexicano, Jóvenes Emprendedores A.C. Enero – junio 1995.

*Seminario "Literatura Comparada", Programa Literario XII Feria Internacional del Libro. Departamento de Letras, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, diciembre de 1998.

*Programa de Licenciatura en letras hispánicas, Universidad de Guadalajara, septiembre – febrero de 1998.

PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

Consejo de Carrera de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ITESO, 2002

Currículum Rosalía Orozco Murillo

Nacionalidad: Mexicana
RFC: OOMR710831-JU4
Mail: orozmur@hotmail.com
Teléfono: 3311 652608

Perfil profesional:

Experiodista. Académica de Tiempo Completo en la Universidad de Guadalajara. Investigadora, especialista e interesada en estudiar los temas relacionados con el periodismo, su cultura, sus transformaciones y relaciones.

Formación académica

Maestría en Comunicación. Universidad de Guadalajara (2004-2006). Grado obtenido mediante la modalidad de examen profesional el 25 de julio de 2007. Título de la tesis: *Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia la caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México*. Directora: doctora María Elena Hernández Ramírez. Programa adscrito al padrón de excelencia del CONACYT.

Licenciatura en Letras. Universidad de Guadalajara (1991-1995). Título obtenido mediante la modalidad de examen profesional el 12 de enero de 1999. Tesis: *Libros devotos en Guadalajara, dos ediciones de Manojito de Flores*. Investigación realizada con el apoyo del CONACYT durante los años 1997-1998. Directora de la tesis: doctora Carmen Castañeda.

Cargos académicos

Jefe del Centro de Formación en Periodismo Digital. Sistema de Universidad Virtual. Universidad de Guadalajara. Desde febrero de 2011 a la fecha.

Presidenta de la Academia de Periodismo y Nuevas Tecnologías. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. De marzo del 2009 a la fecha.

Coordinadora del Programa Educativo de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. Universidad de Guadalajara. Septiembre de 2008 a Enero de 2011.

Presidenta del Comité de Titulación de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. De septiembre de 2008 a la fecha.

Representante institucional de la Licenciatura en Periodismo, de la Universidad de Guadalajara, ante el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). De marzo del 2008.

Premios, becas y distinciones

"Reconocimiento a Perfil Deseable", que otorga la Secretaría de Educación Pública, a través del Programa de Mejoramiento del Profesorado (*PROMEP*). Julio de 2009- Agosto 2012.

PRIMER LUGAR en el Premio Nacional de Tesis de Maestría, que otorga el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), con la tesis "Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia la caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México". Octubre del 2008.

Beneficiaria de la beca "Apoyo a la Incorporación de Nuevos Profesores de Tiempo Completo", que otorga la Secretaría de Educación Pública, a través del Programa de Mejoramiento del Profesorado (*PROMEP*). Septiembre 2008 a Marzo de 2010.

Premio Estatal de Periodismo 2004 en el género de entrevista. Otorgado por la Universidad Autónoma de Nayarit y el Instituto Tecnológico de Tepic. 7 de junio de 2004.

Mención Honorífica en el género de crónica en el Premio Estatal de Periodismo 2004. Otorgado por la Universidad Autónoma de Nayarit y el Instituto Tecnológico de Tepic. 7 de junio de 2004.

Becaria del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), para cursar la Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara. Febrero a Junio del 2006.

Investigaciones

Cuerpo Académico: Estudios sobre periodismo, comunicación política y consumo mediático.

Identificación del CA: UDG-CA-407

IES: Universidad de Guadalajara. Consolidación: En formación

Líneas de investigación:

1. Estudios sobre periodismo, comunicación política y consumo mediático.

2. Relaciones prensa-poder y análisis de prácticas periodísticas.

Grupos y redes de investigación: Red de Estudios Sobre Periodismo (REJ). Página de internet *Sur le Journalisme* (<http://www.surlejournalisme.com>).

Proyecto de investigación en curso:

Colaboradora del proyecto *Worlds of Journalisms: The Mexican case* (Culturas periodísticas el caso mexicano). Financiado por la Fundación Alemana para la Investigación (German Research Foundation, DFG) y la Fundación Nacional de Suiza para la Ciencia (Swiss National Science Foundation, SNSF).

Objetivo general

Explorar la vigencia de la "cultura universal del periodismo" en el contexto mexicano, para "mapear" las variaciones que el concepto "cultura del periodismo" tiene en diversas naciones, considerando los diferentes tipos de organizaciones de medios, prácticas individuales y factores contextuales. Página web del proyecto: www.worldsofjournalisms.org

Otras investigaciones

Colaboración durante el 2007 y 2008 en el proyecto "Modelos de financiamiento en el periodismo mexicano". Dirigido por la Dra. María Elena Hernández Ramírez. Proyecto con registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Participación como investigadora asistente, durante el periodo Junio-Diciembre de 2005, en el proyecto de investigación "Franquicias periodísticas y sinergias productivas: hacia nuevos modelos de financiamiento en el periodismo mexicano", dirigido por la Dra. María Elena Hernández Ramírez. El proyecto tiene registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Auxiliar en el proyecto de investigación "Consumo de la Prensa en el Occidente de México" (el caso de Jalisco), que dirigió el Mtro. Pablo Arredondo Ramírez. Proyecto con registro en el CUCSH. Universidad de Guadalajara. 2005 y 2006.

Auxiliar de investigación en el proyecto de investigación "Comunicación y transición Política en México", dirigido por el Mtro. Pablo Arredondo Ramírez. Universidad de Guadalajara. 2005.

Colaboradora en el proyecto de investigación "Las prácticas de la lectura y la escritura en la Nueva Galicia", dirigido por la doctora Carmen Castañeda. Registrado en el CIESAS Occidente. Resultado: tesis de licenciatura *Libros devotos en Guadalajara, dos ediciones de Manojito de Flores*. Examen Profesional realizado el 12 de enero de 1999.

Auxiliar en el Programa de investigación Teatral "Juan José Arreola". En total se prestaron 900 horas de labores que fueron reconocidas como Servicio Social para la Universidad de Guadalajara. CUCSH, División de Estudios Históricos y Humanos. Departamento de Letras. Abril de 1995 a junio de 1996.

Auxiliar de investigación en el programa "Motivación a la Investigación para Estudiantes Sobresalientes". Documenté y redacté parte de la base de datos para el "Índice Bio-Filmográfico de Cineastas Mexicanos", proyecto dirigido por el Dr. Eduardo de la Vega Alfaro. Universidad de Guadalajara. Coordinación de Medios. Marzo 1994-febrero 1995.

Publicaciones

Autora del artículo: "Urgente acotar atraso en telecomunicaciones". Publicado en *La Gaceta* de la Universidad de Guadalajara. 28 de junio de 2010.

Autora del libro: *Relaciones prensa-gobierno en Tepic. Una caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Editorial cucsh-udg, enero del 2010.

Autora del artículo científico: "Modelos teóricos sobre la relación medios-Estado. Un mapa conceptual para analizar la relación prensa poder-público", en el libro *Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Editorial cucsh-udg, junio de 2010.

Coautora del artículo científico: "Franchises journalistiques et synergies productives dans la presse mexicaine". En el libro *Figures du Journalisme*. Dirigido por Dominique Augey, Francois Demers y Jean-Francois Tétu. Canadá 2008: Les Presses de l'Université Laval.

Autora del artículo de divulgación cultural: "Por los caminos reales de Ixtlán". Periódico *Nayarit Opina Milenio*. Tepic, Nayarit. Jueves 5 de febrero de 2004.

Autora de nueve ensayos: "De Huidobro a Neruda", "Gabriela Mistral y el Ansa de Vivir", "La obra rulfiana en el cine", "Vicente Huidobro: hacedor de realidades", "César Vallejo y la desolación", "El paisaje de la muerte en la obra de Xavier Villaurrutia", "La música inefable de San Juan de la Cruz", "Nicanor Parra y la desmitificación de la poesía", y "La novela caballeresca, pastoril y picaresca en el siglo XVI". De febrero a octubre de 1998. En la revista cultural *Criterios*. Guadalajara, Jalisco.

Actividades de divulgación y difusión del conocimiento

Moderadora de la mesa "Ética y responsabilidad social del periodismo en tiempos de cambio". En el Museo del Periodismo y las Artes Gráficas (MUPAG). Organizado por el Sistema de Universidad Virtual, Fundación Manuel Buendía y MUPAG. 21 de octubre de 2011.

Moderadora de la mesa "Periodismo digital en América Latina". En V Jornadas de Periodismo. 21 de octubre de 2009, Centro Universitario de la Ciénega.

Moderadora de la mesa "Periodismo ambiental en la era digital". En el IV Encuentro Internacional de Periodistas, durante la Feria Internacional del Libro de Guadalajara. 5 de diciembre de 2008. Universidad de Guadalajara.

Ponente en la mesa redonda "Las transformaciones del periodismo", con investigadores de la Universidad de Rennes I (Francia), de la Universidad de Brasilia (Brasil) y de la Universidad de Guadalajara. 8 de mayo de 2008, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH). Universidad de Guadalajara.

Ponente en el Décimo Congreso IBERCOM, ¿Identidad Iberoamericana?, organizado por la Asociación Iberoamericana de Comunicación. Ponencia: Relaciones prensa-gobierno en Tepic: Un acercamiento a prácticas dominantes en el periodismo mexicano. 22 de noviembre de 2007. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Guadalajara.

Impartí la conferencia "Estudios sobre la relación medios-poder político" a estudiantes de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Querétaro. Querétaro, 1 de junio de 2007.

Lecturas y dictámenes de artículos científicos

Dictaminé el artículo: "Quem faz a noticia no parlamento brasileiro? Análise comparativa das rotinas dos newsmakers do Senado Federal", para su publicación en la revista *Comunicação y Sociedad*. Enero del 2009.

Dictaminé el artículo: "El fin de la armonía, la crisis dentro de la Cooperativa Excelsior, 1965", para evaluar las aportaciones del escrito al campo del periodismo y ver si aceptaba en la revista *Comunicação y Sociedad*. Julio del 2008.

Docencia

Profesora de Tiempo Completo de la Universidad de Guadalajara. Desde septiembre del 2007 imparto cursos en las Licenciaturas de Periodismo y Comunicación Pública, y en el Centro de Formación en Periodismo Digital:

Taller de Prensa II. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. Impartida 4 semestres. Agosto 2008, hasta la fecha.

Taller de Prensa I. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. Un semestre y hasta la fecha.

Periodismo de Investigación. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Política y Sociedad. Cuciénega. Centro Universitario de la Ciénega. 6 semestres. Agosto 2007, junio 2010.

Seminario de Teorías y Técnicas de la Investigación Periodística. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Comunicación y Psicología. Centro Universitario de la Ciénega. 2 semestres. Agosto 2009-Junio 2010.

Géneros Periodísticos. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Dep. de Estudios de la Comunicación Social. Agosto 2009-Enero 2010.

Periodismo Económico y Financiero. Licenciatura en Periodismo. Departamento de Estudios Económico e Internacionales. Centro Universitario de la Ciénega. 5 semestres. Agosto 2007- Enero 2010.

Investigación Periodística. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Impartida dos semestres.

Comunicación Escrita. Licenciatura en Comunicación Pública. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. Impartida dos semestres.

Otras instituciones educativas

Historia del Arte. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). División de Enseñanza Media Superior. Agosto-Diciembre de 2007.

Historia del Arte. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Centro Universitario Guadalajara Lamar. Agosto de 1996 a Diciembre de 1998.

Comunicación y Literatura. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Centro Universitario Guadalajara Lamar. Agosto de 1996 a Diciembre de 1998.

Actividades de vinculación y gestión académica

Organicé la conferencia magistral "La dimensión sonora de la comunicación mediática", que impartió el Dr. Ángel Rodríguez Bravo a estudiantes de la Licenciatura en Periodismo. En el Centro Universitario de la Ciénega. 27 de noviembre de 2009.

Organicé la presentación del libro *De realidades, ficciones y otras noticias. Estudios sobre reportajes ejemplares*. Del autor José Garza. En el auditorio Mario Rivas Souza. Centro Universitario de la Ciénega. 2 de diciembre de 2009.

Organicé el II Concurso de Fotoperiodismo "Revélate con imágenes", que se llevó a cabo en el Centro Universitario de la Ciénega, el día 11 de diciembre de 2009.

Organicé las V Jornadas de Periodismo, que se llevaron a cabo los días 20, 21 y 22 de octubre de 2009, en el Centro Universitario de la Ciénega, en Ocotlán, Jalisco.

Como presidenta del Comité de Titulación he organizado cuatro cursos de titulación y gestioné la tramitación de las Actas de Titulación de los egresados de la Licenciatura en Periodismo, en el Centro Universitario de la Ciénega. Desde septiembre del 2008 a junio de 2010.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en las LXVIII y LXVII Asambleas Ordinarias del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizadas los días 12 y 13 de marzo del 2009, en Tlaxcala; y 7 y 8 de octubre del 2009, en Villahermosa, Tabasco.

Organicé la "Reunión Internacional de Análisis sobre las Perspectivas del Periodismo Digital en el Contexto de las carreras de periodismo del Cusur y del Cuciénega". Llevada a cabo el 17 de junio de 2009 en el Centro Universitario de la Ciénega.

Organicé el I Concurso de Fotoperiodismo "Revélate con imágenes", que se llevó a cabo en el Centro Universitario de la Ciénega, junio de 2009.

Organicé la Conferencia Magistral "La nueva reforma electoral y su impacto en los noticieros", que impartió el Mtro. Gabriel Sosa Plata a estudiantes de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. 12 de febrero de 2009.

Organicé la "Charla entre Sanjuana Martínez y estudiantes de periodismo". Centro Universitario de la Ciénega. 1 de diciembre de 2008.

Organicé el Curso de Titulación del calendario escolar 2008-B, al que se registraron 23 egresados de la Licenciatura en Periodismo. Mismos que se titularán en la modalidad de Examen Global Teórico Práctico en el siguiente semestre. Diciembre 2008 a enero de 2009.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en la LXVI Asamblea Ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizada los días 16 y 17 de octubre del 2008, en Ciudad Juárez, Chihuahua.

Colaboré en la organización del seminario: "Las Relaciones Públicas en la Comunicación Estratégica: Perspectivas para la profesión, la enseñanza y la investigación". Llevado a cabo los días 19, 20 y 21 de febrero de 2008. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH). Universidad de Guadalajara.

Representé institucionalmente a la Licenciatura en Periodismo en la LXV asamblea ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en su asamblea ordinaria realizada los días 6 y 7 de marzo del 2008, en Monterrey.

Colaboré en la organización de la mesa redonda: "Las transformaciones del periodismo", con la participación de investigadores de la Universidad de Rennes I (Francia), de la Universidad de Brasilia (Brasil) y de la Universidad de Guadalajara.

Llevado a cabo el jueves 8 de mayo de 2008, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Guadalajara.

Diseño curricular a nivel posgrado y licenciatura

Asesora disciplinar para los trabajos de Reforma Curricular del programa educativo Licenciatura en Periodismo de la Universidad de Guadalajara. Coordinación de Innovación Educativa y Pregrado. Agosto de 2011 a la fecha.

Participé como asesora experta disciplinar en las reuniones de trabajo para el diseño curricular de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo de la Universidad de Guadalajara. Marzo – octubre de 2011.

Diseño del programa "Escritura para medios digitales", que forma parte del programa educativo Maestría en Periodismo Digital, del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Aprobado por el Consejo General Universitario el 28 de Octubre de 2011.

Coordinadora de los trabajos para la Actualización del Plan Curricular de la Licenciatura en Periodismo. Centro Universitario de la Ciénega. De agosto de 2009 a febrero de 2011.

Asesora disciplinar para la creación de la Maestría en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Enero-Diciembre de 2010.

Elaboré el programa "Investigación Periodística". Licenciatura en Comunicación Pública. Aprobado por el Consejo General Universitario el 21 de Octubre de 2006 (Dictamen N. 1/2006/363). Universidad de Guadalajara CUCSH. División de Estudios de la Cultura. Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

Colaboré de enero a junio de 2006 como asistente de investigación documental en los trabajos de la Comisión para diseñar el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública. Aprobado por el Consejo General Universitario el 21 de Octubre de 2006 (Dictamen N. 1/2006/363). Universidad de Guadalajara. CUCSH. División de Estudios de la Cultura. Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

Actualizaciones a nivel profesional y disciplinar

Curso presencial "Periodismo de Vanguardia: La Cobertura Digital en el Siglo 21". Instituto de las Américas, La Jolla, California, Estados Unidos. 25 al 30 de septiembre de 2011.

Curso en línea "Desarrollo de proyectos en medios digitales" que impartió el Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas. EU. Mayo-Junio de 2011.

Curso en línea "Diseño educativo por competencias" organizado por el Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Del 6 de diciembre de 2009 a enero de 2010.

Curso en línea "El desafío y las oportunidades del periodismo digital" organizado por el Centro de Periodismo Digital de Guadalajara. Del 17 de enero al 28 de febrero de 2010.

Curso en línea "Herramientas Básicas para el Profesor en la Plataforma Moodle" organizado por el Programa Institucional de Capacitación y Actualización para la Superación Académica (PICASA) de la Universidad de Guadalajara, con una duración de 20 horas. Del 18 al 21 de enero de 2010.

Curso presencial "Socialización de indicadores de Acreditación CONAC" organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. Realizado el 7 de octubre de 2009 en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Seminario presencial "Formación de evaluadores", organizado por el Consejo de Acreditación de la Enseñanza de la Ingeniería. Realizado en el Centro Universitario de la Ciénega, durante septiembre de 2009.

Curso-taller presencial "Estrategias de enseñanza en metodología de la investigación". Del 13 al 16 de julio de 2009. Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara.

Curso presencial "Sistema ISO y su interpretación". Del 23 al 27 de marzo de 2009. Centro Universitario de la Ciénega. Programa de Formación y Capacitación del Personal Administrativo de la Universidad de Guadalajara.

Curso en línea "Cómo escribir para la Web". Impartido por Guillermo Franco. Organizado por la Fundación Knigth para el Periodismo en las Américas y la Universidad de Texas, en Austin. Julio y agosto de 2009.

Curso en Línea "Herramientas digitales para el periodismo investigativo". Impartido por Sandra Cruccianelli. organizado por la Fundación Knigth para el Periodismo en las Américas y la Universidad de Texas, en Austin. Curso en línea: Septiembre-octubre de 2008.

Seminario presencial: "Las Relaciones Públicas en la Comunicación Estratégica: Perspectivas para la profesión, la enseñanza y la investigación". 19, 20 y 21 de febrero de 2008, CUCSH. Universidad de Guadalajara.

Curso presencial "Uso de la tecnología para enriquecer el aprendizaje". Cursos de actualización para el personal docente que realiza el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). 27 de julio de 2007. (15 horas).

Participé en II Seminario Internacional en Gestión Gubernamental y Políticas Públicas para el Desarrollo. Organizado por el Instituto de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Guadalajara, 12, 13 y 14 de julio 2007. (21 horas en total).

Diplomado presencial Apreciación Cinematográfica. Diez módulos. Coordinación de Medios. Universidad de Guadalajara. Septiembre 1994 a Julio de 1995.

Tomé el taller La imagen de México en las literaturas y el cine europeo y estadounidense (sigloXX). Impartido por el doctor Friedhelm Shmidt (universidad Libre de Berlín) Departamento de Letras. UdeG. Diciembre de 1995.

Actividades profesionales extra-académicas

Editora del sitio de Internet del Centro de Formación en Periodismo Digital: www.centroperiodismodigital.org; febrero de 2011 a la fecha

Colaboradora del sitio francés de Internet *Sur le Journalisme* (www.surlejournalisme.com), donde varios investigadores difundimos información académica sobre periodismo. De mayo del 2008 a la fecha.

Editora de la sección Nacional en el diario *El Nueva Siglo de Guadalajara*. Actividades realizadas: Planear y coordinar durante seis días a la semana la edición de los contenidos informativos de la sección. Periodo: Noviembre de 2004 a Abril de 2007.

Reportera. *Nayarit Opina Milenio*. Cubria las fuentes del Ejecutivo estatal, iniciativa privada y educación. Marzo de 2003 a Junio de 2004.

Coeditora en las secciones Televisión y Arte y Gente en el diario *Público*. Funciones principales: editar notas informativas de las agencias de noticias y de reportajes escritos por reporteros. Noviembre de 1999 a julio de 2001.

Idiomas

Curso IELTS (International English Language Testing System). Richmond Adult Community College. Londres. Diciembre de 2002. Dominio escrito y hablado del 95 por ciento.

First Certificate in English. University of Cambridge. Local Examinations Syndicate. Certificate grade C. Junio de 2002. London, England.

Curriculum Israel Tonatiuh Lay Arellano

Datos Generales

Domicilio: Calle Sierra de Pihuamo Edificio Tenamaxtlán Departamento 13, Col. Infonavit Independencia, C.P. 44240, Guadalajara, Jalisco.

Teléfono: 36370345

RFC: LAAI750417DW9

e-mail: tonatiuh_lay@yahoo.com.mx y tonatiuh_lay@hotmail.com

A. EXPERIENCIA ACADÉMICA	DOCUMENTO
1.1.1.3 IMPARTICIÓN DE CURSOS A NIVEL POSGRADO	Impartición de materia Seminario de Investigación, UNIVER, cuatrimestre sep-dic 2003 y ene-abril 2004
	Profesor línea de fundamentación teórica, MEIPE, sede Ciudad Guzmán, feb-jul 2003
1.1.2.2 IMPARTICIÓN DE CURSOS DE EDUCACIÓN ABIERTA EN LICENCIATURA	Impartición materia Laboratorio de proyecto integrador de titulación (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Gestión de políticas culturales internacionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Análisis y diseño de políticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Evaluación de proyectos institucionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2011 A
	Impartición materia Laboratorio de proyecto integrador de titulación (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B
	Impartición materia Gestión de políticas culturales internacionales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), semestre 2010 B
Impartición materia Construcción del concepto de	

	<p>cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2010 B</p>
	<p>Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B</p>
	<p>Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B</p>
	<p>Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B</p>
	<p>Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 B</p>
	<p>Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A</p>
	<p>Impartición materia Intervención sociocultural (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A</p>
	<p>Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A</p>
	<p>Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A</p>
	<p>Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A</p>
	<p>Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2009 A</p>
	<p>Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-</p>

	UdeG, semestre 2009 A
	Impartición materia Laboratorio de Ejecución de proyectos institucionales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Intervención sociocultural (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A

	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2008 A
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Construcción del concepto de cultura (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 B
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (P), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A
	Impartición materia Definición de problemáticas culturales (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A
	Impartición materia Sociología del arte (T), Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, semestre 2007 A
1.1.2.4 DE ACTUALIZACIÓN	Las reformas a la legislación de medios (Radio, cine y TV): una mirada multidisciplinaria, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, noviembre de 2010.
1.1.2.6 IMPARTICIÓN DE CURSO DE FORMACIÓN DOCENTE	Impartición del curso Conceptualización y contextualización del programa educativo, SUV-UdeG, sep-oct 2009.

<p>1.2.9. DISEÑO DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN ABIERTA</p>	<p>Diseño como experto disciplinar del curso en línea Gestión de políticas culturales internacionales, Licenciatura en gestión cultural, SUV-UdeG, mayo-agosto 2009</p>
<p>1.3.9 ELABORACIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL</p>	<p>Realización del video Por los caminos de la zona cañera</p> <p>Realización del video Las ciencias sociales tienen sentido</p> <p>Realización del video El Río</p>
<p>2.1.2 PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS Y PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN FINANCIADAS POR INSTITUCIONES EXTERNAS</p>	<p>Estancia posdoctoral en el Centro de Estudios de las Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, febrero de 2011 a la fecha.</p> <p>Estancia posdoctoral en el Centro de Estudios de las Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, febrero de 2010 a enero de 2011.</p>
<p>2.2.4 PRODUCTOS DE INVESTIGACIÓN DEMANDADOS Y FINANCIADOS POR EL SECTOR PÚBLICO, PRIVADO O SOCIAL A TRAVES DE CONVENIOS INSTITUCIONALES.</p>	<p>Investigación Salas cinematográficas y vida cotidiana en Jalisco, balance en el 2003-2004, Programa de Estímulos a la Creación y al Desarrollo Artístico, Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco, 2004.</p> <p>Investigación Salas cinematográficas, consumo y espacio urbano en Guadalajara 1980-2001, Fondo Estatal para la Cultura y las Artes de Jalisco, 2002.</p>
<p>2.3.2 LIBRO CIENTÍFICO INDIVIDUAL</p>	<p>Análisis del proceso de la iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica de 1998, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, 2005.</p>
<p>2.3.4.1 PONENTE</p>	<p>Coloquio Las asociaciones en México, Siglo XIX y XX, Universidad de Guanajuato, mayo de 2011.</p> <p>XXIII Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Mayo de 2011.</p>

	<p>Quinto encuentro semestral de metodología aplicada a la investigación en comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2011.</p>
	<p>Presentación del libro: Nuevo régimen jurídico de cine mexicano, Facultad de Ciencias políticas y sociales de la UNAM, noviembre de 2010.</p>
	<p>Coloquio "El desarrollo de la sociedad civil en México: un enfoque multidisciplinario", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, octubre de 2010.</p>
	<p>4to. Encuentro Nacional y 1er. Internacional sobre Estudios Sociales y Región, Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara, octubre de 2010.</p>
	<p>XV Encuentro Nacional CONEICC, Universidad Iberoamericana, octubre de 2010.</p>
	<p>X Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, septiembre de 2010.</p>
	<p>X Congreso sobre estudios del Tercer Sector, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, septiembre de 2010.</p>
	<p>Mesa de Análisis: La nueva legislación de medios, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, agosto de 2010.</p>
	<p>XXII Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Universidad Iberoamericana, junio de 2010.</p>
	<p>Foro Telecomunicaciones y legislación de medios, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2010.</p>
	<p>XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de sociología (ALAS), Facultad de Ciencias Sociales de la</p>

	Universidad de Buenos Aires, Argentina, septiembre de 2009.
	5 Coloquio Nacional de Historia del Cine Regional, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, julio de 2009.
	XXI Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, junio de 2009.
	XX Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Universidad Autónoma de Nuevo León, mayo de 2008.
	XIV Encuentro Nacional CONEICC, Universidad Veracruzana, octubre de 2007.
	XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, agosto de 2007.
	XIX Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, mayo de 2007.
	Congreso Estatal de Investigación Educativa, Secretaría de Educación Jalisco, diciembre de 2006.
	Encuentro "Los retos del posgrado", Secretaría de Educación Jalisco, octubre de 2006.
	III Coloquio Nacional de Historia del Cine Regional, Centro de Investigación y Estudios Cinematográficos, Universidad de Guadalajara, marzo de 2005.
	Coloquio Internacional cultura y libertad: Proyecto emancipador martiano, Centro de Estudios Martianos, La Habana, Cuba, abril de 2002.
	VIII Simposio Internacional sobre el Pensamiento Filosófico Latinoamericano, Universidad Central de Las Villas, Santa Clara, Cuba, enero de 2002.

	Segundo evento académico interdepartamental, CUCSH-UdeG, septiembre de 2001
	Primer evento académico interdepartamental, CUCSH.UdeG, junio de 2000.
	I Coloquio de historia del cine regional en México, XV muestra de cine mexicano en Guadalajara, marzo de 2000.
2.3.4.2 CONFERENCIA MAGISTRAL	La construcción de la sociedad civil en el espacio público, Jornadas de Comunicación, Universidad Autónoma de Querétaro, septiembre de 2011
	Wikileaks y Anonymous, ¿hacia la redefinición de la libertad en internet?, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, marzo de 2011.
	Sociedad civil, democracia y poderes fácticos en la discusión de la reforma a la Ley Federal de Radio y TV, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, mayo de 2010.
	La legislación en materia cinematográfica. Antecedentes y actualidad, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, abril de 2010.
	Las Reformas a la Ley Federal de Radio y TV y a la Ley Federal de Telecomunicaciones, XV Encuentro Nacional de Estudiantes de Sociología, Facultad de Estudios Superiores Aragón-UNAM, mayo de 2008.
	Democracia deliberativa vs poderes fácticos en México, II Congreso Nacional de Estudiantes de Sociología, Universidad Autónoma del Estado de México, campus Zumpango, noviembre de 2007.
	El quehacer del científico social, Escuela preparatoria de Tonalá, SEMS-UdeG, mayo de 2003.
	El papel de la teoría social, Maestría en educación con intervención en la práctica educativa, sede Ciudad Guzmán, Jalisco, marzo de 2003.

3.1.1 PARTICIPACIÓN EN EVENTOS CON PARTICIPACION. CONFERENCIA	<p>Conferencia Plazas comerciales de la zona metropolitana, LVII Cursos de información, Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan, 1974-2006, marzo de 2006.</p>
	<p>Las salas de cine en Guadalajara 1980-2000, Diplomado Rescate de identidad de la zona metropolitana de Guadalajara: Una propuesta pedagógica, diciembre de 2003.</p>
3.2 ARTICULO DE DIVULGACION	<p>Censuras y poderes fácticos, Revista zócalo, año XI, número 135, mayo de 2011.</p> <p>Medios, acumulación y poder. Revista Análisis Plural, Semestre 2 (2010), Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) marzo de 2011.</p>
	<p>La sociedad civil y la discusión de la legislación de medios, Revista Zócalo, año X Número 129, noviembre de 2010.</p>
	<p>Políticos defraudan a ciudadanos otra vez, Revista Zócalo, año X Número 124, junio de 2010.</p>
	<p>Las salas cinematográficas en Jalisco, Revista Ventana Interior, Centro Occidente, No. 39, CONACULTA, México, agosto de 2010.</p>
3.4.2 LIBRO DE DIVULGACION COLECTIVO	<p>Las plazas comerciales en Guadalajara.</p> <p>Publicado en: 35 años de historia 1974-2009: libro conmemorativo de los cursos de información sobre Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan, H. Ayuntamiento de Guadalajara. Editor: Ramón Mata, 2009.</p>
	<p>Salas cinematográficas, consumo y espacio urbano en Guadalajara. En: Microhistorias del cine en México, Universidad de Guadalajara, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Mexicano de Cinematografía, Cineteca Nacional, Instituto Mora, México, 2000.</p>
3.7 COORDINACIÓN DE EVENTOS	<p>Primera Reunión Académica de alumnos y asesores de la Licenciatura en Gestión Cultural, zona valle de</p>

ACADÉMICOS ESPECIALIZADOS	México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 27 y 28 de junio de 2011
	Coloquio "El desarrollo de la sociedad civil en México: un enfoque multidisciplinario", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, octubre de 2010.
	Foros de Consulta Ciudadana para la Elaboración del Programa Nacional de Derechos Humanos, Unidad para la promoción y defensa de los derechos humanos, Secretaría de Gobernación, octubre-diciembre de 2007.
3.9 ARBITRAJE DE ARTÍCULOS O LIBROS	Dictaminación de artículo "Against the wal(l): a postcolonial theory of Mexico, Wal-mart and the idea of progress" para la Revista Espiral del CUCSH, Julio de 2007.
4.3 PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN ARTÍSTICA	Proyección del cortometraje La Hacienda, Sección de video, XVII Muestra de Cine Mexicano en Guadalajara, marzo de 2002.
	Proyección del cortometraje La Hacienda, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., Guadalajara, Jalisco, diciembre de 2001.
	Presentación del cortometraje en video El Río, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., Guadalajara, Jalisco, noviembre de 2000.
4.5 GUIÓN DE CINE, RADIO, TEATRO, TELEVISIÓN O COREOGRAFÍA	Guión para medimetraje Estambul, febrero de 2008.
	Guión para medimetraje Pueblo de miel derramada, septiembre de 2001.
	Guión de TV La gran aventura del código Tochan, noviembre de 1991.
4.6 DIRECCIÓN Y/O EDICIÓN DE CINE, RADIO, TEATRO, CONJUNTOS MUSICALES, TELEVISIÓN O GRUPOS DE	Dirección del cortometraje La Hacienda, 2001.

DANZA	
5.2 COMO MIEMBRO DE LAS COMISIONES ACADÉMICAS DEL CONSEJO: GENERAL UNIVERSITARIO, DE ESCUELA O FACULTAD, O SU EQUIVALENTE	Integrante del Consejo de Centro (CUCSH) periodo 2002-2003 Integrante del Consejo de Centro (CUCSH) periodo 2001-2002
5.4 PREMIOS O DISTINCIONES INSTITUCIONALES POR LA LABOR ACADÉMICA	Reconocimiento, XVII Ceremonia de reconocimiento y estímulo a estudiantes sobresalientes, abril de 1999.
B. FORMACIÓN ACADÉMICA	
4.3 TÍTULO DE LICENCIATURA	Título de licenciado en sociología por la Universidad de Guadalajara, mayo de 2000
7.2 GRADO DE MAESTRÍA	Título de maestría en ciencias sociales por la Universidad de Guadalajara, octubre de 2004.
8.2 GRADO DE DOCTORADO	Acta de titulación, marzo de 2009.
9 DOMINIO DE LENGUA DISTINTA A LA PROPIA	Certificado de inglés básico, Instituto Cultural Mexicano Norteamericano de Jalisco, A.C., abril de 1994. Diploma de inglés avanzado, Programa Universitario de Lenguas Extranjeras, Universidad de Guadalajara, diciembre de 1993.

CURRICULUM VITAE

LUIS FERNANDO RAMÍREZ ANAYA

Datos personales	<ul style="list-style-type: none">• Fecha de nacimiento: 22 de Noviembre de 1978• Lugar de nacimiento: Sahuayo, Michoacán.• Domicilio actual: en Zapopan, Jalisco, México• Teléfono: (52 33) 1581-2509 (Casa).• Celular: (52 33) 1196-8806• Correo Electrónico: luisfernandoram@yahoo.com• Estado civil: Soltero.
Formación	<ul style="list-style-type: none">• POSGRADO Maestría en Comunicación Universidad de Guadalajara. Departamento de Estudios de la Comunicación Social (2004 – 2006). Programa dentro del CONACYT• POSGRADO Maestría en Psicoterapia Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente Departamento de Salud, Psicología y Comunidad (2005 – 2006) Maestrante• GRADO Licenciatura en Desarrollo Educativo Institucional Universidad La Salle Guadalajara. Guadalajara, Jalisco (1999 – 2003).• GRADO Licenciatura en Ciencias Religiosas. Universidad La Salle Guadalajara. (Sin RVOE) Guadalajara, Jalisco (1999 – 2003).• PREPARATORIA Hnos. López Rayón Sahuayo, Michoacán (1994 – 1997).
Categorías y distinciones académicas	<ul style="list-style-type: none">• Profesor Titular Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente Departamento de Salud, Psicología y Comunidad (15 de Mayo 2009)• Profesor de Tiempo Completo Universidad de Guadalajara Sistema de Universidad Virtual (1 de Febrero de 2011)
Asistencia y participación en	<ul style="list-style-type: none">• Proulex Certificado Avanzado: Inglés Universidad de Guadalajara. Proulex (160hrs) Diciembre de 2010• Curso: "Diseño de cursos de capacitación basados en Estándares de Competencia" Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales. (Octubre de 2010)• Proulex Certificado: Inglés Universidad de Guadalajara. Proulex (160hrs) Agosto de 2010

cursos y
congresos

- **Curso de Capacitación de Instructores para el Módulo II "Desarrollo de Competencias del Docente en Educación Media Superior"**
Del diplomado en Competencias Docentes en el Nivel Medio Superior (Nov. de 2009)
- **Curso de Inglés como Segunda Lengua**
Universidad de Regina, En Regina, Saskatchewan, Canadá, (Verano 2008)
- **Congreso: 1er Congreso Internacional "Intervención y Praxis Comunitaria"**
Ponencia: "Construcción de grupos de apoyo comunitario".
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Facultad de Psicología
(Octubre del 2007)
- **Seminario: "El Acto suicida: Crónica de un anuncio sin esperanza... ¿Será siempre así?"**
Red Interinstitucional para la Prevención del Suicidio en el Estado de Jalisco.
(Septiembre del 2007)
- **"II Seminario Internacional en Gestión Gubernamental y Políticas Públicas para el Desarrollo"**
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente ITESO
(Julio de 2007)
- **Curso-Taller: "Planificación, Gestión y Evaluación de Proyectos Sociales"**
Departamento de Salud Psicología y Comunidad
ITESO (Octubre de 2006)
- **Seminario: "Investigación Fenomenológica Crítica en Psicología y Psicopatología"**
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente ITESO,
Departamento de Salud Psicología y Comunidad
Impartido por: Dra. Virginia Moreira (Junio de 2006)
- **Taller: Focusing nivel 1**
Khuitani Consultores S.C. (Junio de 2005)
- **Seminario Internacional "Diálogos Sobre la Interdisciplina"**
Observatoire des Réformes Universitaires e ITESO (Septiembre 2004)
- **XI Simposium de Educación "Educar para la vida"**
ITESO (Marzo 2004)
- **Curso "Básico de lecto-comprensión en Inglés"**
Universidad de Guadalajara PICASA (Octubre de 2003)
- **II Encuentro Internacional de Educadoras y Educadores Populares "Resignificando el papel de las y los educadores populares en el contexto de las Américas"**
Highlander Research and Education Center
Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario IMDEC
Guadalajara Jalisco (Octubre 2003)
- **Curso-Taller: "Evaluación al Desempeño Estudiantil en Ambientes Virtuales de Aprendizaje"**
Universidad de Guadalajara (Julio 2003)
- **V Encuentro de Profesionales de la Educación "Educar para Humanizar"**
Universidad la Salle Guadalajara
Taller: Educar en las Diferencias (2003)
- **X Simposium de Educación "Instituciones Educativas para la Construcción de una Comunidad de Aprendizaje"**
ITESO (Septiembre 2002)
- **Taller de Diseño de Material para el Aprendizaje Autogestivo.**

	<p>Centro Mairo Don Bosco. Guadalajara, Jalisco (Septiembre 2002)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Congreso de Educación "Experiencias Educativas en el Siglo XXI". Escuela Normal Queretana, Querétaro. (Marzo 2002). Participante y Ponente "Experiencia de Intervención en una Institución que Atiende a Niños de la Calle." "Niño Institución y Sociedad" • I Encuentro Nacional de Desarrollo Social: "Marginación y Pobreza" y Tercer Encuentro Nacional sobre el Menor y el Mundo de la Calle Universidad de Guadalajara Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (Abril 2001) • II Foro y Primer Encuentro Nacional del Menor y el Mundo de la Calle, "Metodologías de Intervención" Universidad de Guadalajara Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (Abril 2000) • Curso Básico de Pastoral Vocacional Comisión Episcopal de Seminarios y Vocaciones (Octubre de 1999)
<p>Cursos y talleres impartidos para la formación permanente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Módulo 2: Procesos de Cambio Del diplomado en Acompañamiento para el Desarrollo del Potencial Humano Universidad Marista de Guadalajara (Agosto 2009) • Módulo 3: Modelos pedagógicos del siglo XXI Del diplomado en Gestión Directiva de Instituciones Educativas Universidad Marista de Guadalajara (Agosto 2009) • Módulo : "El proyecto de intervención escolar como instrumento de diagnóstico y evaluación para promover la gestión pedagógica en la escuela." Del diplomado en Gestión Educativa y Estratégica de la Supervisión Escolar" para Supervisores y Jefes de sector de la Secretaría de Educación Pública. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (Marzo 2009) Duración 25 hrs. • Curso: "Construcción de Estrategias de Aprendizaje desde la perspectiva Constructivista" A docentes de la Preparatoria No. 6 de la Universidad de Guadalajara (enero 2008) Duración 20hrs. • Curso: "Evaluación del Aprendizaje" A docentes del Sistema de Universidad Virtual por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Octubre 2007) Duración 30hrs. • Curso: "Evaluación del Aprendizaje" A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Agosto 2007) Duración 30hrs. • Curso: "Evaluación del Aprendizaje" A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Agosto 2007) Duración 30hrs. • Curso: "Evaluación del Aprendizaje" A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Julio

2007) Duración 30hrs.

• **Curso: "Evaluación del Aprendizaje"**

A docentes de la Preparatoria Regional de Puerto Vallarta por medio de la Coordinación General de Recursos Humanos de la Universidad de Guadalajara (Julio 2007) Duración 30hrs.

• **Módulo 5: "Diseño y Gestión de Prácticas en la Formación por Competencias",**
Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara.

(Junio de 2007) Duración de 20 hrs.

• **Módulo: "Evaluación y Asesoría por Competencias por Competencias en la Formación en Línea"**

Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (Diciembre 2006) Duración 20hrs.

• **Módulo 3: "Evaluación y Asesoría por Competencias en la Formación en línea"**

Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (Noviembre 2006) Duración de 20hrs.

• **Módulo 1: "La Comunicación en Ambientes Virtuales"**

Del diplomado Diseño y operación de cursos en línea.

Universidad de Guadalajara (Septiembre 2006) 40horas.

• **Módulo 2: "Asesoría y retroalimentación en la formación por competencias",**

Dentro del programa de Formación Docente en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara.

(Julio de 2006) Duración de 20 hrs.

• **Taller: "La construcción de redes de conocimiento, una metodología para la transdisciplina",**

realizado en el marco del XIII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:

"Redes de Conocimiento" Universidad de Guadalajara. Diciembre 2004.

• **Taller: "Evaluación del diseño de cursos en línea"**

realizado en el marco del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia:

"Evaluar: punto de recuento"

Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003) Duración 8hrs.

• **Curso-Taller: "Diseño de Programas por Competencias Profesionales"**

Universidad Autónoma del Estado de México UAEM (Julio de 2003) Duración 20hrs.

• **Curso-Taller: "Desarrollo de Objetos de Aprendizaje".**

Coordinación General del Sistema para la Innovación del Aprendizaje.

Universidad de Guadalajara (abril de 2003) Duración 30hrs.

Comités
académicos y
otras
actividades.

- **Miembro del Comité de Titulación de la Licenciatura en Educación UdeGVirtual** (2009 a la fecha)
- **Responsable Académico del Centro de Educación Continua y a Distancia** Universidad Marista de Guadalajara (Septiembre de 2008 – Junio de 2011)
- **"Evaluador en el Plan Estatal de Fortalecimiento de la Educación Normal (PEFEN 2009-2010) (Réplica del PEFEN 2009-2010) (PEFEN 2009-2010 2ª etapa) (PEFEN 2011-2012)"**
Subsecretaría de Educación Superior de la Secretaría de Educación Pública. Ciudad de México (mayo de 2009) (junio 2009) (mayo de 2010) (mayo de 2011)
- **"Comisión Académica para la Asesoría del diseño de cursos en línea de la Red Universitaria"**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003)
- **"Comisión Académica para la evaluación de cursos en línea de la Red Universitaria"**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003) (9 cursos evaluados)
- **"Comisión Académica para la Asesoría del diseño y producción de los Objetos de Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara".**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003)
- **"Miembro del Grupo de Apoyo Técnico de Apoyo Académico"**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003)
- **"Comité de selección de ponencias para el XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia"**
Coordinación para la Innovación del Aprendizaje de la Universidad de Guadalajara. (2003)
- **Participación en el diseño del programa-taller: "Evaluación del diseño de cursos en línea",**
realizado en el marco del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia: "Evaluar: punto de reencuentro"
Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003)
- **Participación en del XII Encuentro Internacional de Educación a Distancia: "Evaluar: punto de reencuentro"**
Universidad de Guadalajara. (Diciembre 2003)

Psicoterapia

- **Colaboración en los talleres de crecimiento de "Casa Loyola" en Guadalajara.** (3 grupos)
- **Práctica Institucional**
DIF, Jalisco (2005-2006) - ITESO
- **Consulta Privada**
Sahuayo, Michoacán (2006-a la fecha) Guadalajara, Jal.

Proyectos académicos de investigación e intervención, así como voluntariados.

- **Sinergia Ciudadana: Observatorio Ciudadano**
Miembro del Consejo Asesor (2010 a la fecha)
- **Participación en Proyecto con Indígenas**
"Misión de Guadalupe"
Con sede en la ciudad de Comitán Chiapas (Enero 2002)
- **Investigación y aplicación de estrategias de innovación.**
Diagnóstico e intervención de una propuesta de mejora de la práctica educativa de docentes del albergue del Centro Mairo don Bosco que atiende a niños con en situación de calle.
Guadalajara Jalisco (Septiembre 1999 – Junio 2000).
- **Investigación**
Diagnóstico institucional del Centro Mairo Don Bosco
Guadalajara Jalisco (Septiembre – Diciembre 2000).
- **Investigación**
Diseño de un proyecto para la mejora institucional a partir de un análisis socio-cultural del Centro Mairo Don Bosco y sus destinatarios.
Guadalajara Jalisco (Febrero – Junio 2001).
- **Investigación**
Sobre la forma de aprender en la formación para la vida religiosa en espacios multiculturales. Guadalajara Jalisco (Sep – Diciembre 2001).
- **Intervención**
Desarrollo de habilidades socio-educativas que favorezcan el aprendizaje en espacios educativos multiculturales desde el Aprendizaje Cooperativo.
Guadalajara, Jalisco (Febrero – Junio 2002)
- **Voluntariado**
Visitas semanales al "Hospital Civil de la Ciudad de Morelia Michoacán"
(septiembre de 1998 – junio de 1999)
- **Voluntariado**
Visitas semanales al Tutelar de menores infractores
Guadalajara, Jalisco (Septiembre de 2001 – Junio de 2002)
- **Voluntariado**
Tesorero de la "Red es Solidaridad"
Guadalajara, Jalisco (Marzo de 2003 - 2004)

ANEXO 3. PROGRAMAS SINTÉTICOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Evaluación de los servicios informativos a las audiencias
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosa Elena Richart Varela
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/Noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante diseña un diagnóstico integral que le permita medir la satisfacción de las audiencias en los sistemas primarios (Gráfica, Radio y Televisión) y/o medios digitales, atendiendo principalmente a los mecanismos de interacción y satisfacción de las mismas en los servicios informativos.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos

- Rating, importancias y aplicación de la información en tiempo real.
- Provisión de sistemas de consulta a las audiencias.
- Sistemas de medición de audiencias.

Habilidades

- Identifica las necesidades de información de los usuarios.
- Procesa y selecciona información relevante para la toma de decisiones en la satisfacción de los usuarios.
- Diseñar estrategias corporativas que permitan consolidar la satisfacción de los usuarios.

Diseñar instrumentos de evaluación.

Actitudes

Objetividad para el análisis de la información obtenida.

Creatividad para diseñar instrumentos de medición.

Valores¹

Honestidad en el uso y manejo de la información.

Ética en el desempeño profesional.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.
Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: El estudiante realiza un diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios a las audiencias en sistemas primarios de comunicación y/o medios digitales.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Sistemas de medición	de Sistemas de	de Diagnostico de los mecanismos de

	audiencias	recolección de datos	interacción de servicios a las audiencias
Objetivo	El estudiante conocerá las características y ventajas de cada uno de los sistemas de medición de audiencias para poder elegir el más apropiado para utilizar en la evaluación al medio de comunicación elegido.	El estudiante identificará cual es el sistema de recolección de datos más funcional para su proyecto de medición de audiencias.	El estudiante realizará un análisis minucioso del diagnóstico de los mecanismos de interacción de servicios a las audiencias.
Contenido	<p>Sistemas de Medición de audiencias más importantes:</p> <p>1.- Análisis de Logs.</p> <p>2.- Análisis mediante tags</p> <p>3.- Análisis Mediante paneles.</p> <p>4.- Análisis Mediante encuestas.</p> <p>5.- Análisis Mediante usos de navegación.</p> <p>Empresas líderes en la medición de las audiencias:</p>	<p>1) Mediciones directas.</p> <p>2) Observación activa y pasiva.</p> <p>3) Estudios de caso.</p> <p>4) Encuestas por muestreo.</p>	<p>Elementos básicos de un reporte.</p> <p>Análisis de resultados de una investigación</p>

	Infoadex		
	AIMC		
	OJD		
	TNS Audiencia de Medios		
Producto de la unidad	Reporte detallado de cada uno de los sistemas de medición de audiencias estudiadas.	Diseño del instrumento a trabajar en el diagnóstico a aplicar	Análisis del diagnóstico de los mecanismos de interacción y satisfacción de los servicios.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Impacto en los cinco sentidos

Norberto Alvarez Debans

Valletta ediciones

Argentina 2000

http://www.nielsen-online.com/downloads/es/SiteCensus_Generic_ES.pdf

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque8/pag3.htm>

<http://www.fao.org/docrep/u1310s/u1310s07.htm#M%C3%A9todos%20de%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos>

<http://fundamentosinvestigaciontec.blogspot.com/2009/05/reporte-de->

investigacion.html (consultado el 26/11/2011)

<http://www.slideshare.net/ericupr/presentacin-de-elaboracin-reporte-de-investigacin> (consultado el 26/11/2011)

Complementaria

<http://tdx.cat/bitstream/handle/10803/4155/TMBN2de6.pdf?sequence=2> (consultado 25/11/2011)

<http://www.geluma-oax.net/sam/formatobasicopararedactareportes.pdf> (consultado 26/11/2011) power sobre estilos de reportes científicos)

http://servidor-opsu.tach.ula.ve/7jornadas_i_h/paginas/doc/JIHE-2011-PN37.pdf (Consultado 26/11/2011) power ejemplo de un informe sobre investigación de audiencias)

<http://www.slideshare.net/Bernachi/los-metodos-mixtos> (Consultado 26/11/2011)

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Escritura para nuevos medios y audiencias
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo y Sergio René de Dios Corona
Asesor pedagógico	Mtra. Patricia Gpe. Camacho Cortez
Fecha de elaboración	30/10/11

2. COMPETENCIA

El estudiante redacta discursos y contenidos periodísticos precisos y veraces para ser difundidos en plataformas digitales y en línea.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Perfil y necesidades de los usuarios de Internet-Concepto de "usabilidad" aplicado a los sitios de Internet-El lenguaje y el estilo de la redacción periodística en Internet-Modelos de pirámide invertida aplicados a noticias para Internet-Titulación y edición de textos periodísticos para Internet
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Redactar discursos informativos para Internet-Utilizar la pirámide invertida en sus diferentes niveles-Editar y estructurar discursos informativos que se difundirán en línea-Romper la uniformidad de textos periódicos para Internet-Producción y documentación de información-Desarrollar una visión crítica y analítica sobre los textos publicados en línea
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Interés para aprender nuevos conceptos-Apertura para trabajar bajo presión-Interés por aprender a redactar para medios en línea-Autocrítica, para mejorar lo realizado-Creativa, para generar nuevos contenidos-Tolerancia a las críticas
Valores	<ul style="list-style-type: none">Precisión y concisiónVeracidadÉtica periodísticaSolidaridad para trabajar en equipoRespeto a los puntos de vista diferentes

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O

A LA QUE APOYA

Producción y difusión de contenidos

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	<p>Producción de una noticia donde se aplique la estructura y elementos adecuados para los usuarios de Internet.</p> <p>(La noticia o producto que sea publicable se difundirá en un blog creado expresamente para la materia y que será editado por el instructor).</p>
-------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Perfil y necesidades del usuario de Internet	El lenguaje y el estilo de la redacción periodística en Internet	La pirámide invertida en la redacción de noticias para Internet	Producción de textos periodísticos para Internet
Objetivo	Identifica cómo leen, consumen y usan la información los usuarios de Internet	Conoce cuál es el estilo de redacción para Internet	Aplica los niveles del modelo de pirámide invertida en noticias que se difunden vía Internet	Producir una noticia publicable para la web.
Contenido	<p>1. Comportamiento del usuario de Internet: lo que dicen las investigaciones</p> <p>2. El concepto de usabilidad aplicado a los contenidos que se difunden vía Internet</p>	<p>1. El lenguaje del periodismo en Internet</p> <p>2. La ciber redacción periodística</p> <p>3. Redactar con sentido humano, no para</p>	<p>1. El modelo de la pirámide invertida y sus niveles de utilización para Internet.</p> <p>2. Cómo romper la uniformidad de los textos periodísticos (titulación, uso de intertítulos,</p>	<p>1. Plan para generar un producto informativo para la web</p>

		buscadores	negritas, enumeraciones, colores e imágenes para atraer al usuario	
Producto de la unidad	Análisis crítico de los estándares de usabilidad de dos portales de noticias. (Incluir propuestas para mejorar la usabilidad de los sitios analizados). Se proporcionará una plantilla a los alumnos.	"Guía de estilo y redacción para Internet".	Dos noticias reestructuradas para Internet, en la que se aplique uno de los niveles de pirámide invertida; y se evidencien los criterios de usabilidad recomendados para la web	Noticia con la estructura, estilo y elementos adecuados para los usuarios de Internet. (La noticia o producto que sea publicable se difundirá en un blog creado expresamente para la materia y que será editado por el instructor).

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

-Camus, Juan Carlos (2010). *Tiene 5 segundos. Gestión de contenidos digitales*. Libro disponible en la página:
<http://tienes5segundos.cl/libro/>

-Franco, Guillermo (2008). *Cómo escribir por la web*. EU, Fundación Knight para el Periodismo en las Américas. Libro digital disponible en la página:
http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php

-Franco, Guillermo (sf) "Usted tiene mi atención, por favor no me lo repita!". Artículo en PDF. Versión en línea disponible en:
http://issuu.com/gegarba/docs/usted_tiene_mi_atenci_n

-García Hilda (2011) "El lenguaje del periodismo en Internet". En

Revista Mexicana de Comunicación. Edición 123, abril-junio.
México: Fundación Manuel Buendía A.C. (pp.17-20 y 49). Versión
disponible en línea:
[http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/05/30/El-
lenguaje-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2vSFSTr](http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/05/30/El-lenguaje-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2vSFSTr)

-Katwala, Jaldeep (2011). "10 consejos para detectar una noticia".
EU, Centro Internacional para Periodistas y Media Helping Media.
Disponible en línea: <http://ijnet.org/es/stories/90743>

Lohr, Steve (2006). "Este aburrido titular fue escrito para Google".
EU, *New York Times*. Versión traducida al español en Word.
Versión original en inglés disponible en la página:
[http://www.nytimes.com/2006/04/09/weekinreview/09lohr.html?page
wanted=all](http://www.nytimes.com/2006/04/09/weekinreview/09lohr.html?page_wanted=all)

- Martín Herrera Inma (2005). "Ciber redacción periodística. Nuevo
lenguaje para un nuevo medio". En *Revista Latinoamericana de
Comunicación, CHASQUI*. Diciembre, N. 092. Ecuador: Centro
Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para
América Latina. (pp.24-29). Versión en PDF, disponible en línea:
<http://chasqui.comunica.org/content/view/421/127/>

Manual de Estilo para Nuevos Medios. Sitio web de la Fundación
BBUV con información amplia sobre el tema:
<http://www.manualdeestilo.com/>

-Orihuela, Jose Luis (2003). "El ciberperiodista: entre la autoridad y
la interactividad". En *Revista Latinoamericana de Comunicación,
CHASQUI*. N. 83, Septiembre. Disponible en línea:
<http://chasqui.comunica.org/content/view/151/62/>

-Orozco Murillo, Rosalía y Farina, Héctor (2010) "La pirámide
invertida en la Web" PPT. México: Centro de Formación en
Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG.
Versión en PPT.

-Ortega Santamaria Sergio (2007). "Evolución del perfil del
usuario: Usuarios 2.0". En *No Sólo Usabilidad* No 6 (Revista
electrónica española) Artículo digital disponible en:

<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usuario20.htm>

Ramaris Albert Trinidad. "Periodismo Web 2.0: La interacción entre los webactores y el blog periodístico. El caso de The Huffington Post". II Congreso Internacional Comunicación 3.0

Universidad Complutense de Madrid Madrid, España.

<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/075.pdf>

Complementaria

-Breiner, James (2011). "Los nuevos lenguajes". En *Revista Mexicana de Comunicación*. Edición 123, abril-junio. México: Fundación Manuel Buendía A.C. (pp.11-16). Versión disponible en línea: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/05/30/los-nuevos-lenguajes-del-periodismo-en-internet/#axzz1O2v5FSTr>

-Briggs, Mark (2009) *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*. Estados Unidos: Fundación Knight para el Periodismo en las Américas. Libro digital disponible en la página: knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf

Martínez Gutiérrez, Fátima. (2008). Eyetracking y usabilidad: claves de investigación en los procesos de lectura en línea. *SEECI*. Nº 16. Julio. Año XI. Páginas: 98- 118

<http://www.ucm.es/info/speeci/Numeros/Numero%2016/FatimaMar.pdf>

-Grijelmo, Alex (2008). *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.

-Hohmann, James (2011). *Las 10 mejores prácticas para redes sociales. directrices útiles*. EU, Comité de Ética y Valores de la American Society of News Editors (ASNE). Libro digital disponible en la página web: <http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/las-10-mejores-practicas-para-medios-sociales-es>

-López Hidalgo, Antonio (2009). *El Titular. Manual de titulación periodística*. México: Alfaomega.

Orozco Murillo, Rosalía (2011). "El periodismo digital implica esfuerzo y creatividad". Video-entrevista a Sergio René de Dios Corona. Centro de Formación en Periodismo Digital, Universidad de Guadalajara. Disponible en línea:
[http://www.youtube.com/watch?v=W75XAp1Ms_U&feature=player_](http://www.youtube.com/watch?v=W75XAp1Ms_U&feature=player_embedded)
[em](http://www.youtube.com/watch?v=W75XAp1Ms_U&feature=player_embedded)
[bedded](http://www.youtube.com/watch?v=W75XAp1Ms_U&feature=player_embedded)

-Poynter Institute (2011). *Conjunto de Guías Éticas para Hacer Periodismo en la Web*. EU, Instituto Poynter. Libro digital disponible en la página web:
<http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/conjunto-de-guias-eticas-para-hacer-periodismo-en-la-web-es>

-Velásquez O. César Mauricio et. All., (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Colombia: Universidad de la Sabana, Ecoe ediciones.

1 DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Producción Multimedia
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Fidel Antonio Romero Álvarez
Asesor pedagógico	Ruth Medina
Fecha de elaboración	26 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante aplica la metodología. producción y edición de proyectos multimedia de calidad para medios digitales con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	- Teoría sobre conceptos básicos de multimedia. - Tipología de proyectos multimedia. - Contenidos digitales: imágenes, textos, audios y videos.
Habilidades	- Las herramientas y recursos para la producción multimedia. - Producción de elementos multimedia: texto, imágenes, audio y video. - Manejo técnico para grabar, crear, abrir, editar, importar, guardar y compartir elementos multimedia.
Actitudes	- Producción de proyectos multimedia para el periodismo digital. - Permeables al medio tecnológico. - Observador, perseverante, y en continua investigación sobre producción multimedia. - Asumir roles e interés por producir multimedia. - Trabajo colaborativo en equipo.
Valores ¹	- Creativo en la producción de elementos multimedia. - Ética periodística. - Solidaridad en el trabajo en equipo. - Aprendizaje cooperativo a través del uso de herramientas digitales. - Respeto a los puntos de vista diferentes. - Tolerancia a las críticas.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Presentación de un proyecto multimedia con todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La multimedia y sus elementos.	Producción de audio.	Producción de video.	Producción de una multimedia.
Objetivo	El estudiante identificará la multimedia, sus elementos, tipos y	El estudiante producirá un audio con un fin	El estudiante producirá un video con un fin	El estudiante producirá un proyecto multimedia con

	procesos, así como dar un opinión sobre los formatos de imágenes y tipografías adecuados para producir periodismo multimedia.	periodístico.	periodístico.	todos sus elementos: imagen, texto, audio, video, animación e interactividad.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es multimedia? - Elementos de una multimedia. - Tipología de proyectos multimedia. - Formatos de imágenes. - Tipos de fuentes adecuadas para la producción de una multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formatos básicos de audio. - Grabación y edición básica de audio: cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar audio en diferentes formatos. - Subir y compartir audios en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formatos básicos de video. - Grabación y edición básica de video: cortar, pegar y agregar efectos. - Exportar video en diferentes formatos. - Subir y compartir videos en Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas básicas para la producción multimedia. - Herramientas y recursos para la producción multimedia.
Producto de la unidad	Cuadro sinóptico de doble entrada sobre los diferentes tipos de contenido multimedia, con sus	Un audio producido por el estudiante donde aplique los siguientes	Un video producido por el estudiante donde aplique los siguientes	Una multimedia con todos sus elementos: imagen, texto,

características y procesos para llevarla a cabo.

procesos: grabar, abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.

procesos: grabar, abrir, editar, convertir, guardar, exportar y compartir.

audio, video, animación e interactividad.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Orellana Valdés, Ramón (08/2009). *Mapas conceptuales y aprendizaje significativo*. El Cid Editor, Apuntes. Argentina. 9 p. (E-libro).
- León Ramírez, Manuela (08/2009). *Multimedia*. El Cid Editor, Apuntes. Argentina. 29 p (E-libro).
- Chaljub Duarte, José A. *Videos a la medida de las necesidades de las clases*. Pedagogía Universitaria. Vol. 14, No. 3, 2009. Editorial Universitaria, Cuba, 2009. (E-libro 10 p.).
- McAdams, Mindy. (Septiembre 2009). *Guía de habilidades multimedia para periodistas*. Tr. Maria Elena Brizuela. 1-33p. <http://www.jou.ufl.edu/faculty/rmcamads/PDFs/RGMPespanol.pdf>
- Warner, Janine. *Perfil de la presentación multimedia*. <http://jcwarnar.com/colombia/multimedia-instrucciones.html>
- Juan Carlos Camus (octubre 2009) *Tienes 5 segundos*, Página 92-95. Tipografía, la letra correcta.
- Instrucciones para ejecutar un proyecto multimedia Jane Steven

Complementaria

- Herramientas Digitales para Periodistas
Sandra Crucianell
- Taller de Multimedia
<http://tallermultimedia.blogspot.com/>
- Guion Multimedia
<http://www.guionweb.net/>
- Preproducción Multimedia
<http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Producción Multimedia / Comunicación visual
<http://books.google.es/books?id=zhfZqKDns-sC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Juan Ignacio Rodríguez Navarro. (9 abril 2008). "Tipos de formatos o archivos de audio". En [Desarrollomultimedia.es](http://www.desarrollomultimedia.es)
<http://www.desarrollomultimedia.es/articulos/tipos-de-formatos-o-archivos-de-audio-y-codecs.html>
- Thinkfree. Editor de textos libre en línea.
<http://member.thinkfree.com/member/goLandingPage.action>
- Audacity. editor de audio libre y multiplataforma
<http://audacity.sourceforge.net/?lang=es>
- Tutorial Audacity
<http://audacity.sourceforge.net/manual-1.2/>
- Windows Live Movie Maker, editor de video
<http://windows.microsoft.com/es-ES/windows7/products/features/movie-maker>
- Edición de videos con Windows Media Maker
<http://explore.live.com/windows-live-movie-maker-video-editing-using>
- Jaycut, editor de videos en línea
<http://jaycut.com/>

- Youtube, subir y compartir videos en internet
<http://www.youtube.com/>

- Soundcloud, subir y compartir audios en internet
<http://soundcloud.com/>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Gestión y administración de audiencias y usuarios
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Esther Vargas
Asesor pedagógico	Carmen Coronado
Fecha de elaboración	20 de julio de 2011

2. COMPETENCIA

Manejo y gestión de usuarios y comunidades en redes sociales con fines periodísticos.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Impacto de las redes sociales en el periodismo y el actual escenario 2.0. - Qué es una marca digital y cómo crear identidad en línea. - Monitoreo de redes sociales.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Practicar y reflexionar sobre los cambios en las redes sociales.

	<ul style="list-style-type: none"> - Practicar y reflexionar sobre los contenidos que generan los usuarios en las redes sociales. - Estrategias para manejar los medios sociales bajo dos claves: conversar y escuchar. - Aprender a integrar redes sociales para maximizar presencia en la web. - Transmitir pautas a los miembros de la redacción con la finalidad de que cada uno de los periodistas que integran la organización actúen como CM. - Ejercitarse herramientas para mejorar el monitoreo de redes sociales.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> Apertura ante nuevos retos Apertura para trabajar en equipo Interés por manejar diversas redes sociales o comunidades
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none"> Ética periodística Tolerancia a la frustración Tolerancia a las críticas Buen uso e interpretación de la información

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Los participantes serán capaces de analizar buenas prácticas en redes sociales y trabajarán en las pautas necesarias para instalar Twitter y Facebook en la redacción del medio para el cual laboran.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Guía de buenas prácticas para el uso y gestión de redes sociales" que incluya pautas y estrategias para llevar a cabo la gestión, manejo y medición de redes sociales.
-------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6 RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos)

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4	Unidad 5
Título	Las redes sociales: el nuevo escenario de los medios y de los periodistas	La marca digital del periodista. Reputación online y dilemas éticos	Las redes sociales como plataforma de diálogo con la audiencia	Todos somos Community Manager en la redacción	Monitoreo y medición del impacto de las redes sociales
Objetivo	Analizar el impacto de las redes sociales en el periodismo y el actual escenario 2.0.	Reconocer la importancia de tener una marca digital y comenzar a crear una identidad en línea.	Desarrollar estrategias para manejar las redes y comunidades sociales bajo dos claves: conversar y escuchar.	Aplicar en la organización pautas y estrategias para que los periodistas actúen como CM.	Usar herramientas para monitorear y medir el impacto que tienen las redes sociales en la difusión de información periodística
Contenido	-El Concepto de red social y web 2.0 -Tipos de redes sociales -Facebook y Twitter -Las redes sociales como fuente de información -Características del	-Qué es marca digital -10 señales de que tienes una marca digital como periodista -Reputación online. -¿Cómo ser un usuario confiable? -Manuales de ética para	-Cómo dialogar con la audiencia -Por qué debo escuchar -Cómo aprovechar las fuentes para crear contenido en línea -Los ciudadanos, aliados de los periodistas.	-¿Qué es y cuáles son las funciones de un Community Manager? -Las redacciones necesitan un Community Manager. ¿Dónde encontrarlo? -El Community Manager en la redacción	-Monitoreo de Twitter y Facebook -Medición de Twitter y Facebook

	nuevo consumidor en las redes sociales	periodistas en las redes sociales	-La audiencia generadora de contenidos		
	-Trabajar de la mano con la audiencia en las redes sociales				
	- Casos de éxito en el uso de redes sociales para la innovación, distribución y comunicación				
Producto de la unidad	Documento donde se explique la importancia de las redes sociales para su labor periodística	Decálogo de buenas prácticas para debatirlo con su medio.	Documento con la estrategia de gestión y manejo de audiencias que incluya cómo manejar contenidos producidos por los usuarios de redes sociales	Documento con la estrategia para motivar a miembros de la redacción a convertirse en Community manager. Incluir cómo se maximizará presencia de la organización en la web.	Reporte de medición y monitoreo de redes sociales.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

1 Universo geo social

Registro en Twitpic Un ejemplo del poder de Twitter

Cifras sobre el uso de redes sociales por parte de los periodistas

Lee Anderson y las redes sociales

8 consejos para que Facebook sirva a tu medio

Twitter se consolida en la televisión

Cómo generar buen contenido para Internet de la mano con las audiencias

2 Consejos para los jóvenes periodistas en la era digital. Nate Silver durante la ceremonia de graduados de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia. Documento completo.

10 señales para determinar que tienes una marca digital.

Reputación online

Storify: Periodistas, redes sociales y manual.

10 buenas prácticas para el manejo de redes sociales recomendadas por la Sociedad de Editores

Cuenta personal y cuenta profesional. ¿Son necesarias dos?

The Washington Post también mete la pata en Twitter

3 7 claves para mejorar tu relación con la audiencia

Cómo solucionar una crisis en Twitter

Guía para usar Facebook como periodista

30 consejos y 20 razones para que las empresas participen las redes sociales

4 10 consejos para un community manager

Facebook para periodistas

Los periodistas no usan Facebook de manera profesional

La función del Community Manager -Ebook

Ser periodista, Community Manager, entrenador de equipo y mucho más

Para Facebook, los periodistas debemos ser la mejor fuente de noticias

5 Recursos para aprovechar Twitter.

Guía Twitter para periodistas (en inglés)

Facebook Insights

Complementaria

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Ética y deontología del periodismo
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Mtro. Hugo Concepción Rodríguez Chávez/Mtra. Rosa Eugenia García Gómez

Asesor pedagógico

Mtra. Ana Fabiola Mora López

Fecha de elaboración

28 de octubre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante juzga casos de controversia de manejo de información en medios digitales con base en criterios de ética periodística.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<p>Códigos de ética periodística.</p> <p>Casos controversiales de elecciones éticas en el quehacer periodístico internacional.</p> <p>Normativas internacionales relacionadas con la libertad de expresión.</p> <p>Deontología periodística.</p>
Habilidades	<p>Aplicación de juicios éticos en el desarrollo de las producciones periodísticas en medios digitales.</p> <p>Defensa de la libertad de expresión</p>
Actitudes	<p>Reflexiva pues las elecciones éticas no siempre son fáciles de hacer.</p> <p>Apertura para el discernimiento de la elección entre acciones periodísticas buenas y mejores.</p>
Valores ¹	<p>Tolerancia para admitir que no siempre nuestros juicios corresponden a una ética reflexiva que se construye con la participación de otros.</p> <p>Responsabilidad social inherente al ejercicio periodístico</p>

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Planear, gestionar, organizar, producir y comunicar contenidos informativos utilizando plataformas, herramientas y aplicaciones digitales y en línea.

5 PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Elaboración de un código ético del plan estratégico de una empresa periodística digital.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Ética y deontología periodística	Libertad de expresión	Independencia periodística	Nuestro código de ética
Objetivo	El estudiante analizará casos de controversia ética.	El estudiante analizará casos de violaciones a la libertad de expresión.	El estudiante analizará casos exitosos de independencia periodística en medios digitales.	El estudiante construirá un código de ética de la empresa periodística digital.
Contenido	-Códigos éticos. -Casos internacionales de controversia de ética periodística. -Códigos	Leyes internacionales que fundamentan la libertad de expresión.	Casos de empresas periodísticas que se caracterizan por su libertad en el manejo de información.	Elementos deontológicos del periodismo

	deontológicos			
Producto de la unidad	Ensayo relativo a una alternativa de manejo de información en un medio digital, con base en fundamentos éticos.	Ensayo acerca de un caso de violación de la libertad de expresión y aplicación de un juicio ético.	Cuadro comparativo de 10 empresas periodísticas digitales que manejan información con diferentes grados de ética	Elaboración de un código de ética propio

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica	<p>AZNAR, Hugo, (2005), <i>Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios</i>, Paidós, Barcelona.</p> <p>Kapuscinski, Ryszard, ¿Reflejan los media la realidad del mundo? Nuevas censuras, sutiles manipulaciones. Consultado el 28 de octubre de 2011 en</p> <p>http://www.upf.edu/materials/fhuma/etfipo/eticaa/docs/35.pdf</p> <p>RESTREPO, Javier Darío, (2006), <i>40 lecciones de ética</i>. Debate, Caracas.</p> <p>RESTREPO, Javier Darío, (2004), <i>El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística</i>, FCE, México.</p> <p>[[file:///C:/Users/Norma/Downloads/bibliografias/ética, moral y periodismo.pdf]..Downloads\bibliografias\ética, moral y periodismo.pdf]]</p> <p>[[https://docs.google.com/Doc?docid=0Acn7OwMdrh25ZGQ2YjVzaGpfMTkwZDZja3QJcmY&hl=en Código de ética del reportero de OhMyNews]]</p> <p>10 cuestiones a considerar antes de publicar una nota</p>
Complementaria	<p>Código de La Crónica</p> <p>Código de El Universal</p> <p>Código de El Porvenir</p>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 4 (Mejoramiento de la organización)
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Elva Araceli Fabián González
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/Noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante realiza propuestas para mejorar los procesos y espacios de producción informativa, con base en el conocimiento previo de las características de su audiencia y de su empresa así como de los marcos legales dentro de los cuales se encuentra adscrito. Identifica estrategias de vinculación interinstitucional y da cuenta de las dinámicas de comercialización que permiten perfeccionar los procesos laborales de la empresa mediática para la cual trabaja, así como proporcionarle herramientas para la generación de un espacio informativo propio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Este es un curso de aplicación de las lecciones aprendidas en cursos anteriores durante la nivelación de licenciatura, por lo que no hay conocimientos específicos identificados.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Identificar las necesidades de la empresa mediática para crear una propuesta de mejoría en la calidad del producto que genera (información).• Emplear (poner en práctica) los conocimientos teóricos y prácticos vistos a lo largo de los semestres para lograr la consolidación de la mejoría dentro de la empresa informativa, así como la creación de un proyecto informativo propio.

		<ul style="list-style-type: none"> • Ejecuta la propuesta de mejora del proyecto.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Propositivas en la búsqueda y consolidación de nuevos espacios informativos. • Compromiso con la calidad de la información • Capacidad negociadora entre lo que representa el producto informativo, las exigencias institucionales y las necesidades comerciales. • Integridad ética • Compromiso social 	
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none"> • Ética • Responsabilidad • Compromiso • Sensibilidad ante la detección de necesidades de la organización • Valoración y características de los diversos espacios informativos. • Valorar de manera crítica y constructiva a través de la autoevaluación las diversas etapas de los proyectos a fin de generar cambios o modificaciones adecuadas a los diversos organizaciones informativas. 	

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.

Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y área de producción de comunicación de información en organización de medios de los ámbitos públicos y privados.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Trabajar una propuesta para el mejoramiento de los procesos y espacios de producción informativa y estrategias de vinculación y comercialización que tome en cuenta los conocimientos previos tales como: los procesos administrativos, editoriales y las respectivas audiencias del medio informativo elegido que permitan no solo coadyuvar a incrementar la calidad de la empresa en que se labora, sino también que impulse a crear una propio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Fortalezas y debilidades	Entramado teórico – práctico de conocimientos	Plan de Mejoras	
Objetivo	Identificar, analizar y comparar las debilidades y las fortalezas del medio informativo que le permitan desprenderse de la generalidad y dar cuenta de la particularidad.	Dar cuenta de algunas propuestas teóricas que sustenten el proyecto que se desarrolla a lo largo de los cursos y se presentará. Para lo cual será necesario tomar en cuenta los procesos (administrativos, editoriales, empresariales) involucrados en los medios.	Reflexionar sobre la existencia de las particularidades del espacio informativo como un factor determinante en la construcción de la noticia. Repensar las estrategias de producción de información y la relación con los medios vinculantes (instituciones que marcan agendas: políticas, económicas,	

culturales)
ante la
vorágine
informativa
actual, que
permitan
producir
información de
calidad a
públicos
activos y
estratificados.

Contenido

El estudiante adquiere herramientas para lograr un análisis de las necesidades y características propias de la empresa mediática tomando en cuenta todas las aristas que los componen (procesos y espacios de producción informativa, así como las estrategias de vinculación y comercialización)

El estudiante es capaz de comparar dichas características y objetivar de manera concreta el espacio particular dentro del cual se encuentra su medio.

El estudiante ubica y reflexiona sobre la construcción y utilidad de los marcos conceptuales que le permiten visualizar las características contextuales de los diversos espacios informativos para actuar (implementar el proyecto) en consecuencia.

El estudiante relaciona las propuestas teóricas con las prácticas, es decir, evidencia los contrastes la realidad con la utopía y justifica la necesidad de una mejoría en su espacio de producción informativa que le permita intervenir de manera sustentada y

El estudiante plantea su proyecto de mejora con los trabajos realizados previamente en el cual integra no solo lo leído, analizado y reflexionado, sino además su propia crítica y construcción de un mejor medio informativo adecuada a las condiciones particulares de la empresa.

lograr acceder con un medio propio en el mercado de la información.

Producto de la unidad	Reporte sobre las debilidades y fortalezas de la empresa con datos sustentados en material leído que argumente dicho análisis.	Construir un reporte sobre alguna(s) propuesta (s) teórica(s) adecuada(s) a las necesidades de su empresa o que mejor reflejen y argumenten la implementación de una mejoría.	Producto integrador. Proyecto teórico metodológico que exponga las características de un medio en particular inserto en una dinámica social (que le determina) en el que se incluya todos los procesos anteriores correspondientes a la constitución del medio interno - externo.
	Elaborar un cuadro de identificación de necesidades y características existentes y compararlo con mejoras deseadas.	Una vez construido el abordaje anterior presentar un reporte con datos metodológicos sobre las actuales particularidades de los procesos y espacios de producción informativa, así como de las estrategias de vinculación y comercialización del contexto y tiempo actual.	

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompSubir etencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica Avogadro, Marisa (2004). "NTIC, Convergencia. Tecnología Multimedia...algunas aproximaciones", en *Revista Razón y*

Palabra No. 41, octubre [En línea, julio de 2008] Disponible en www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2004/octubre.html.

Baltazar Paz, Luis Enrique. (2006). "Sistemas Gestores de Contenidos. Disponible" en *Mati Sobre la tetra Digital* [En línea julio de 2008]. Disponible en

http://www.mati.unam.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=75&Itemid=49.

Burch, Sally (2005). "Palabras en juego" en Ambrosi et al. *Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. Ed C&F Editions.

Castells, Manuel (2006a). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Vol. I (7ª ed.)*. México: Siglo XXI Editores.

Flores Vivar, Jesús y Arruti, Alberto Miguel (2001). *Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. México: Limusa

Fundación Opti (2004). "El futuro de los medios de Comunicación ante el impacto de las nuevas tecnologías" en *Estudio de Investigación del Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial*. [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.opti.org/publicaciones/pdfs/medios_comu.pdf.

Jensen, Klaus Bruhn (2002). "Introduction: The state of convergence in media and communication research" En *A Handbook of media and Communication research: Qualitative and Quantitative Methodologies*. London, England: Routledge, pp. 1-11.

Machado Elias y Palacios Marcos (2003). *Modelos de Jornalismo Digital*. Brasil: Facultad de Comunicación. Universidad Federal de Bahía, Ediciones GJOL.

Martínez Rodríguez, Lourdes (2004). Nuevos contenidos, nuevas rutinas, nuevo lenguaje: la reconversión del periodista hacia el comunicador digital. en Aguado, Juan .M. (coord.) (2004). *E-comunicación. Dimensiones sociales y profesionales de la*

comunicación en los nuevos entornos tecnológicos. Sevilla: Comunicación y Sociedad Ed.

Complementaria

Armenta Vizuela, José et al (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.

Hernández, Ramírez, María Elena (2004). "Mirada sociológica al periodismo mexicano" en *Revista Mexicana de Comunicación* [En línea Junio de 2008]. Disponible en www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/mirada.htm.

_____. (1997). "Sociología del Periodismo: Una Introducción" en Hernández, M. Elena (Compiladora). *Antología Sociología del Periodismo*. México: UdeG. CUCSH, DECS, pp. 15-23.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Fundamentación legal de los medios en México
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Israel Tonatiuh Lay Arellano
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/11/11

2. COMPETENCIA

Pensamiento crítico, reflexivo y analítico sobre los actores y procesos del contexto de discusión, génesis y aplicación de la legislación de los medios en nuestro país.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento de la génesis legislativa• Conocimiento de los procesos de discusión en torno a la legislación de medios• Conocimiento del contexto del impacto de la legislación de medios en la vida cotidiana
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad reflexiva acerca de los procesos sociopolíticos en la discusión de la legislación de medios• Crítica sobre los procesos de impacto en la aplicación de la legislación de medios
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">• Interés por el contexto sociopolítico de la génesis y aplicación de la legislación de medios
Valores	<ul style="list-style-type: none">• Ética periodística• Compromiso social a favor del interés común

Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Ensayo de análisis contextual del marco legal y constitutivo a través de la metodología de casos.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Antecedentes de la	La reforma a la Ley	La acción de

	legislación de medios.	Federal de Radio y Televisión de 2006.	inconstitucionalidad en contra de la "Ley Televisa" y las propuestas legislativas posteriores.
Objetivo	El alumno conocerá el marco normativo, y su contexto sociopolítico, que antecede a la actual legislación de medios.	El alumno conocerá el contexto sociopolítico y los principales actores del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la reforma a la LFRyT y a la Ley Federal de Telecomunicaciones (LFT) de 2006.	El alumno conocerá el proceso de la discusión de la Acción de Inconstitucionalidad en contra de la "Ley Televisa" y las propuestas legislativas posteriores en la materia.
Contenido	El marco normativo previo a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyT) de 1960. La LFRyT 1960.	La mesa para la reforma integral de los medios electrónicos de comunicación del año 2000. El decreto de reforma al reglamento de la LFRyT de 2001 y la iniciativa ciudadana. La propuesta de reforma a la LFRyT y LFT de 2005. La génesis de la "Ley Televisa"	La Acción de Inconstitucionalidad de la "Ley Televisa". El dictamen Sotelo-Beltrones (2009) y la iniciativa Corral-Madero (2010).

Producto de la unidad	Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la Ley Federal de Radio y TV de 1960.	Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del proceso de discusión, aprobación y aplicación de la "Ley Televisa".	Reporte en formato libre, de búsqueda documental hemerográfica acerca del dictamen Sotelo-Beltrones y de la iniciativa Corral-Madero.
-----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Alva, Alma Rosa & Esteinou, Javier (Coordinadores)

2010 *La Ley Televisa*, UAM-Senado de la República, México.

Calleja, Aleida

2007 "Acción de inconstitucionalidad ¿qué es y por qué se presentó?", archivo de audio, <http://sonoridades.amarcMexico.org/>

Cantú, María Elena

2005 *Medios y poder. El papel de la Radio y la Televisión en la Democracia Mexicana*, Grupo Editorial Norma, México.

Corral, Javier & Arredondo, Pablo

2007 *La Ley Televisa: balance y perspectiva*, Universidad de Guadalajara-AMEDI, México.

Cremoux, Raúl

1982 *La legislación mexicana en radio y televisión*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.

Fernández Christlieb, Fátima

1982 *Los medios de difusión masiva en México*. Juan Pablos Editor, México.

2007 "¿Cómo se constituyó Televisa en un poder fáctico?", en: *Revista Nexos* 352. México, D.F., abril de 2007.

Gutiérrez López, Roberto

2005 *Información y democracia Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política, el caso mexicano*, UAM-Ediciones Pomares, México.

Mejía Barquera, Fernando

1989 *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (1920-1960)*, Fundación Manuel Buendía, México.

Suprema Corte de Justicia de la Nación

2007 *¿Qué son las acciones de inconstitucionalidad?*. Suprema Corte de Justicia de la Nación, México.

Trejo, Raúl

2002 "15 mentiras del Gobierno y la CIRT", en *Revista Zócalo*, noviembre de 2002, México, DF.

2004 *Podere salvajes: Mediocracia sin contrapesos*, Editorial Cal y Arena, México.
Villamil, Jenaro

2007 "Poder-dinero-medios y elecciones" en Vázquez Federico & Moritz Jürgen, *El triángulo de las bermudas: el financiamiento de la política en México*, Fundación Friedrich Ebert Stiftung, México.

Complementaria

Ávila Pietrasanta, Irma; Calleja Gutiérrez, Aleida; Solís Leere, Beatriz

2002 *No más medios a medias*, fundación Friederich Ebert-México, Senado de la República, México.

Castro Leal, Antonio

1969 "Radio y televisión". en: *Los medios de comunicación de masas en México*, Serie Estudios 10, UNAM, México.

Hernández, Francisco & Orozco, Guillermo

2007 *Televisión en México, un recuento histórico*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

Lay Arellano, Israel Tonatiuh

2005 *Análisis del proceso de la Iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica*, Universidad de Guadalajara, México.

Olgún, Francisco

2007 *Democracia y Medios de Comunicación en América Latina*, Secretaría de Gobernación, México.

Ortega, Patricia

2006 *La otra televisión, por qué no tenemos televisión pública*, UAM-Editorial E, México.

Romo, Cristina

1990 *La otra radio, voces débiles, voces de esperanza*, Fundación Manuel Buendía - IMER, México.

Sánchez, Enrique

2005 *Medios de Comunicación y Democracia*, Grupo Editorial Norma, Colombia.

Trejo, Raúl

2008 "Azcárraga Jean, protegido de Zedillo", en *Revista Zócalo*, marzo de 2008, México, DF.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio

Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Norma Cerda
Asesor pedagógico	Mtra. Carmen Coronado
Fecha de elaboración	25/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante analiza las funciones y políticas organizacionales y administrativas un medio

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<p>Modelos de organizaciones.</p> <p>Metodología de análisis institucional.</p> <p>Técnicas de diagnóstico.</p> <p>Elaboración de estrategias operacionales.</p>
Habilidades	<p>Promover estrategias y servicios novedosos para presentar resultados acordes a los fines de la organización.</p> <p>Manejo de técnicas de medición de indicadores de mejora en los procesos de la organización.</p> <p>Identificar problemas vinculados con los procesos de una organización.</p>
Actitudes	<p>Actitud crítica para identificar los problemas y oportunidades en la organización.</p>

Valores : Responsabilidad en el cumplimiento de los compromisos y funciones.
 Consecuentes en la práctica con los valores y servicios que promueve su organización.

¹ Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción : El estudiante elabora un diagnóstico de las funciones y políticas organizacionales y administrativas de un medio.

6 RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Estructuras y diseño organizativo	Modelos de análisis de la administración	Diagnóstico corporativo
Objetivo	Analizará las relaciones funcionales y de procesos que conforman la cadena de valor en su medio	Identificar los modelos y las herramientas que se utilizan para gestionar las principales áreas funcionales en su medio	Elaborar un diagnóstico del medio donde labora
Contenido	- Características y estructura	- Dirección estratégica. - La comunicación	- Plantillas y gráficas sobre modelos de análisis

	organizacional	interna en la empresa.	- Formatos y plantillas sobre técnicas de intervención
	- Tipología de relaciones funcionales y de comunicación	- Procesos administrativos de planificación, marketing, finanzas, recursos humanos, operaciones, innovación y tecnología	
Producto de la unidad	Descripción de la organización en la que trabaja y deberá contextualizarla incluyendo los procesos internos.	Identificación de los actores clave de los procesos institucionales de la organización donde labora y análisis de los procesos organizacionales	Reporte sobre la análisis y sistematización de los procesos organizacionales del medio donde labora.

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Gerencia y planeación estratégica Escrito por Jean Paul Sallenave

Manual De Planeacion Estrategica/ Manual of Strategic Planning
Martin G. Álvarez Torres

Conceptos de administración estratégica
Fred R. David

Fundamentos de administración conceptos esenciales y aplicaciones
Stephen P. Robbins, David A. De Cenzo - 2009

Administración

Stephen P. Robbins - 2005

*DIRECCION Y PLANIFICACION ESTRATEGICAS EN LAS
EMPRESAS Y ORGANIZACIONES : UN ...*

Andrés Fernández Romero - 2004

*Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las
relaciones públicas*

Kathy Matilla - 2008

Complementaria

Video <http://video.google.com/videoplay?docid=8844119693217626547>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Contextualización de la investigación periodística
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	30 noviembre de 2011

2. COMPETENCIA

Que el estudiante contextualice a través de la documentación y análisis de información el tema sobre el cual planea realizar una investigación periodística.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	-Documentación de información
	-Búsquedas avanzadas de información
	-Contrastación y verificación de la información

Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> -Para la investigación y búsqueda de información -Para contrastar y verificar datos -Para reflexionar y comprender información -Para sintetizar
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> -Interés para investigar -Apertura para trabajar bajo presión -Autocrítica, para mejorar lo realizado -Creativa, para generar nuevos contenidos -Tolerancia a las críticas
Valores ¹	<ul style="list-style-type: none"> -Respeto a las diferencias de opinión y honestidad intelectual. -Precisión y concisión -Veracidad -Ética periodística -Solidaridad para trabajar en equipo -Respeto a los puntos de vista diferentes

¹ Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

5 PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción : Estado de la cuestión (antecedentes o contextualización) del tema sobre el cual se realizará una investigación periodística.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Investigación y documentación del tema a investigar	Evaluación de recursos y fuentes	Redacción del estado de la cuestión (antecedentes de la investigación)
Objetivo	Localizar la información publicada sobre el tema a investigar	Analizar y contrastar la información y las fuentes para verificar que sean veraces y de calidad	Redactar el estado de la cuestión (antecedentes) del tema a investigar
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> -Qué se ha publicado sobre el tema que voy a investigar -Búsquedas avanzadas de información sobre el tema en Internet -Búsquedas de libros, revistas o reportes académicos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Verificación de fuentes -Contrastación de datos -Selección final de las fuentes de información que se incluirán en los antecedentes de la investigación 	<ul style="list-style-type: none"> -Sistematización y análisis crítico de la información y las fuentes consultadas -Cómo citar las fuentes consultadas
Producto de la unidad	Mapa conceptual donde se detalle el tipo de fuentes e información localizada que se consultará.	Borrador del estado de la cuestión (antecedentes) del tema a Investigar.	Estado de la cuestión (antecedentes) sobre el tema a investigar).

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

CARRIZO, G. Manual de fuentes de información. Madrid: CEGAL, 1994.

- CODINA, L. Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos. *Revista Española de Documentación Científica*, 2000, vol. 23, n. 1, p. 9-44.

- CODINA, L. Parámetros e indicadores de calidad para la evaluación de recursos digitales. En *Jornadas Españolas de Documentación* (7. 2000. Bilbao). La gestión del conocimiento: retos y soluciones de los profesionales de la información. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2000. p. 135-144.

- MERLO VEGA, José Antonio. La evaluación de la calidad de la información web: aportaciones teóricas y experiencias prácticas. En *Recursos informativos: creación, descripción y evaluación*. Mérida: Junta de Extremadura, 2003. p. 101-110. (Sociedad de la información, 8). Disponible en Web: <http://exlibris.usal.es/merlo/escritos/calidad.htm>

- New York University. Bobst Library. How to evaluate Information [en línea] < <http://library.nyu.edu/research/tutorials/evaluate> > [Consulta: mayo 2005]

- Iowa State University. Library. Evaluación de páginas web [en línea] <http://www.lib.iastate.edu/commons/resources/evaluation/index_esp.html> [Consulta: mayo 2005]

Complementaria

"Cómo evaluar fuentes de información". Universidad de Málaga, Biblioteca Universitaria (en línea): <http://www.uma.es/ficha.php?id=78348>

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 2: mejoramiento y diversificación de los servicios informativos para las audiencias
Programa al que pertenece	licenciatura Nivelación en periodismo
Experto disciplinar	Rodrigo González Reyes
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	01/12/11

2. COMPETENCIA

El estudiante mejora y diversifica los servicios informativos de las audiencias de una organización

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">-Tipificación de las actividades de información en la organización-Niveles de organización de las actividades de información en la organización-Diversificación y mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización
Habilidades	<ul style="list-style-type: none">-Identificar las formas de tipificación de las actividades de información en la organización-Identificar niveles de organización de las actividades de información en la organización-Identificar las necesidades de diversificación y mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización
Actitudes	<ul style="list-style-type: none">-Perspicacia para identificar las variaciones en las necesidades de información-Tenacidad para llegar al fondo de los problemas informativos-Creatividad en la resolución de conflictos informativos

- Valores:
- Ecuanimidad en la toma de discusiones
 - Perseverancia en la búsqueda de soluciones

Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

5 PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Bitácora del proceso de implementación del proyecto de mejora de los servicios informativos

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Tipificación de las actividades de información en la organización	Niveles de organización de las actividades de información en la organización	Mejoramiento de los servicios de información para las audiencias de la organización	Diversificación de los servicios de información para las audiencias de la organización
Objetivo	Que el estudiante identifique las principales actividades de información	Que el estudiante identifique los principales niveles de organización de las actividades de	Que el alumno conozca las estrategias básicas en el diagnóstico y mejora de servicios de información	Que el alumno conozca los principios básicos en la diversificación de servicios de información para las

	en una organización	información en una organización	para las audiencias de la organización	audiencias de la organización
Contenido	Las actividades de información en la organización	Servicios de información no comercial	Auditoría de la comunicación	Servicios de información por canal
	Actividades informativas para públicos internos	Servicios de información comercial	Identificación de audiencias	Servicios de información por función
	Actividades informativas para públicos externos		Análisis de usabilidad	Servicios de información por economía de recursos
Producto de la unidad	Reporte de tipificación de actividades de información en la organización	Reporte de actividades predominantes de información en la organización	Primera parte de Bitácora de proceso de implementación del proyecto de mejora de servicios informativos	Segunda parte de Bitácora de proceso de implementación del proyecto de mejora de servicios informativos

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Unidad 1:

Aguilar, Henoch (2010). *Lo digital en la sociedad del conocimiento*, en Instituto de Estudios sobre Comunicación (Ed.). Buenos Aires: La cruzja.

Amado, Adriana (2008). *Auditoría de la comunicación*. Buenos Aires: La cruzja.

González, Rodrigo (2012). *Las necesidades de información en la organización*. Universidad de Guadalajara (material diseñado para este curso).

González, Rodrigo (2012). *Mapa de públicos*. Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (material diseñado para el curso).

Mancini, Pablo (2011). La audiencia, en Mancini, Pablo (Aut.) *Hackear el periodismo* (37 – 54). Buenos Aires: La cruzja.

Igarza, Roberto (2008) Introducción, en Roberto Igarza (Aut.) *Nuevos medios. estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La cruzja.

Ortega, Sergio (2007). Evolución del perfil de usuario: usuario 2.0 *No sólo Usabilidad*, No. 6.

Prado Miguel Ángel (2010). *Información y documentación, dos recursos estratégicos para la empresa*, XI Jornadas Española de Documentación, No. 15.

Video: Hábitos de consumo de información de los internautas.
Animal político:

http://www.youtube.com/watch?v=B_MYRBRhiYI

o

<http://www.animalpolitico.com/2011/08/habitos-de-consumo-de-informacion-de-los-internautas-2/>

Complementaria

Barbosa, Marialva (2004). Público: sustantivo, adjetivo y verbo. *Signo y pensamiento*. 45, 105 – 113.

Brandolini, Alejandra y González. Martín (2008), *Comunicación*

interna. Buenos Aires: La cruzja.

Navarro, Fidela (2009). *Del ágora al rating*. México: Porrúa (extracto).

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación
Programa al que pertenece	Licenciatura nivelación en periodismo
Experto disciplinar	Rodrigo González Reyes
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/11/11

2. COMPETENCIA

El estudiante conoce las diferencias y características de los principales modelos y paradigmas de la comunicación históricos y actuales.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Contexto histórico de los principales modelos y paradigmas de la comunicación
	Contexto epistemológico de los principales modelos y paradigmas de la comunicación
	Contexto de aplicación de los principales modelos y paradigmas de la comunicación
Habilidades	Identificar la diferencia entre modelo y paradigma
	Identificar las diferencias epistemológicas entre los principales modelos y paradigmas históricos de la comunicación

	Identificar la propuesta epistemológica de principales modelos y paradigmas actuales de la comunicación
Actitudes	Objetividad para dar cuenta de los detalles diferenciadores epistemológicos
	Flexibilidad para encontrar comunes denominadores epistemológicos
	Curiosidad para seguir profundizando en este campo básico del saber comunicacional
Valores ¹	Tenacidad para seguir el desarrollo de una historia en evolución
	Motivación para encontrar la aplicabilidad de estos saberes

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción : Estado de la cuestión sobre nuevos modelos y canales comunicativos

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Las grandes intuiciones sobre el componente comunicativo	La consolidación del campo comunicativo en los saberes de lo social	El debate actual sobre el estatuto científico de la comunicación como saber	Los paradigmas actuales

	de lo social			
Objetivo	Que el alumno sea capaz de dar cuenta de los orígenes teóricos de la comunicación como una problemática constitutiva de lo social	Que el alumno sea capaz de dar cuenta de las principales causas históricas de la emergencia de la comunicación como campo organizado y especializado del saber social	Que el alumno sea capaz de reconocer los principales puntos en el debate acerca de la comunicación como campo, disciplina o ciencia	Que el alumno sea capaz de reconocer las principales tendencias teóricas actuales y su pertenencia a paradigmas anteriores o emergentes
Contenido	Pensamiento social clásico y las intuiciones comunicativas de la organización social	La institucionalización de los estudios comunicacionales El debate sobre el objeto de los estudios comunicacionales	La crisis de las ciencias sociales La crisis objetual del episteme comunicacional	Ecología de la comunicación Estudios culturales latinoamericanos
	La sociedad de redes y flujos	El funcionalismo norteamericano	La comunicación como campo, disciplina o ciencia	Sistémica de la comunicación
	Psicosociología de las masas	La escuela crítica de Frankfurt	La estructura de las revoluciones científica	
	Aguja hipodérmica	Pensamiento crítico norteamericano	Los estudios culturales	
	Público fantasma			
	Ecología social		La economía	

de Chicago

política

Producto
de la
unidad

Ensayo crítico

Ensayo crítico

Ensayo crítico

Ensayo crítico

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Mattelart, Armand y Mattelart Michéle (2006). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Mattelart, Armand y Neveau, Erik (2006). *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós.

Wolf, Mauro (1996). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

Fuentes, Raúl (2004). Comunicación, cultura, sociedad: fundamentos conceptuales de la postdisciplinariedad, en *Tram(p)as de la comunicación*, No. 1.

González, Jorge (2005). De la pila hasta el océano: comunicación y estudios de la cultura en México, en *Tram(p)as de la comunicación*, No. 1.

González, Rodrigo (2011). A 55 años de la irrupción de los líderes de opinión, *Razón y palabra*, no 75.

Orozco, Guillermo y González, Rodrigo (2012).

Una encrucijada metodológica. México: Inktablet.

Wolf, Mauro (1994). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós

Wolf, Mauro (1996). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

Vidales, Carlos (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación*. México: CAEIP

Videos:

Mattelart, Armand (2005). *La batalla de los medios, entrevista de Atilio Borón a Armand Mattelart*. CLACSO, Buenos Aires.

Zapata, Rafael (2008). *El campo de la comunicación*. ITESO.

Complementaria

De Fleur, Melvin y Ball-Rockeach, Sandra (2000). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidés.

McQuail, Denis (1999). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Maigret, Eric (2006). *Sociología de la comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica.

Martín-Barbero, Jesús (2004). *De los medios a las mediaciones*. Caracas: Convenio Andrés Bello.

Zillman, Dolf y Bryant, Jennings (1998). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Diagnóstico de las formas de producción informativa
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	30/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante diagnóstica los procesos de producción informativa de un medio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	-Teorías sobre la producción de noticias -Formas de producción informativa -Organización para la producción informativa -Mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias Diagnosticar
Habilidades	Espíritu crítico, capacidad analítica y habilidades de comunicación oral y escrita
Actitudes	Reflexiva, de liderazgo, activa, sociable, gestionaora y original.

Valores¹ : Responsabilidad , ética periodística, compromiso social

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción : El estudiante elabora un diagnóstico general de los procesos de producción informativa en un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Los procesos de producción informativa	Las prácticas en los procesos de producción informativa	Análisis y diagnóstico de las formas de producción
Objetivo	Identificará los procesos que conforman la cadena de producción de la información	Realizará trabajo de campo con el fin de analizar las prácticas y procesos de producción de información en un medio	Elaborará un diagnóstico de las formas de producción informativa
Contenido	*Teorías sobre la producción de noticias	*Diseño de encuesta o entrevista para identificar las prácticas	*Evaluación de resultados de la encuesta o

	*Cambios o tendencias en las dinámicas de producción informativa	de producción informativa en un medio	entrevista
		*Aplicación de la encuesta o entrevista	*Identificación de las fortalezas y debilidades en las formas y prácticas de la producción informativa
Producto de la unidad	Reporte de las áreas, unidades o secciones que conforman el proceso de producción informativa	Base de datos o vaciado de resultados de la aplicación de la encuesta	Diagnóstico general de los procesos de producción informativa en un medio.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Básica
- AGUILAR ELÍAS, Laila Patricia (1994) El papel de un editor en la elaboración de noticieros para Notisistema, informe sobre Experiencia Profesional. Guadalajara: ITESO.
- BRACHO GONZÁLEZ, Teresa (1978) Estudio sobre la evolución y difusión de noticias en la Ciudad de México, tesis Universidad Iberoamericana. México
- CASTELLANOS RODRÍGUEZ, Marcela María del Rocío (1985) Cómo se elabora la nota informativa para un diario nacional México: Universidad Anáhuac.
- HERNÁNDEZ RAMÍREZ, María Elena (1991) "La producción de noticias en una organización radiofónica tapatía: Notisistema" en Aceves, Arredondo y Luna (comps) Radiodifusión Regional en México. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (1992) ¿Qué son las noticias? Guadalajara
- (1995) La producción noticiosa. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. CEIC. Colección Estado. Cultura y Sociedad.
- KRIPPENDORFF, Klaus (1990) Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica Barcelona Paidós.
- LALINDE POSADA, Ana María (1992) "La noticia construcción de la

realidad" en Comunicación, identidad e integración latinoamericana, t. II. Las industrias culturales. México: Opción.

Tuñez, Miguel y Guevara, Melitón (2009): "Framing por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias". en Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 1.030 a 1.044.

http://www.revistalatinacs.org/09/art/878_USC/79_145_Tuñez_y_Guevara.html

Tejedor Calvo (2008). Estudios sobre el Mensaje Periodístico

<http://america.sim.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110617A/12017> Biblioteca Complutense | Servicio de Publicaciones

Salaverria, Ramón (año). ¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE

LA CONVERGENCIA DE MEDIOS? Universidad de Navarra.

<http://www.almendron.com/cuaderno/varios/medoc-0411-01.pdf>

Complementar
ia

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Problematización de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Gilberto Magaña Hernández
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	1 de Diciembre 2011

2. COMPETENCIA

Identificar, describir y analizar los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio y las explicaciones a ellos presentadas.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Los gestores de contenidos por sus prácticas, estructura administrativa, recursos. Los procesos administrativos y editoriales: su contexto y las responsabilidades. Estructuras discursivas. Relaciones entre poder (interés) y opinión pública. Conceptos de información, técnica, persuasión, publicidad y propaganda. Los reglamentos y la ética.
Habilidades	Documentación, análisis, interpretación y argumentación.
Actitudes	Pluralismo, Tolerancia, Lealtad.
Valores	Respeto a la ley; Solidaridad; Libertad.

Atender no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Descripción y análisis de los problemas en los procesos administrativos y editoriales del medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Las empresas de noticias	Responsabilidad editorial y discurso	En el laberinto de la libertad	Procesos informativos posibles en la

		periodístico		globalización
Objetivo	Nombrar y describir las fuentes noticiosas de referencia	Identificar casos de conflictos editoriales de intereses	Interpretar los tipos de discursos: persuasivos, publicitarios y propagandísticos	Discernir entre prácticas reales, deseables e indeseables
Contenido	Identificación de marcos, recursos, prácticas y gestores significativos.	Estudio de la credibilidad noticiosa como estímulo y rasgo del prestigio.	Diseño y construcción de indicadores para el análisis del discurso editorial de las empresas noticiosas.	Formulación de propuestas de discursos.
Producto de la unidad	Catálogo razonado de empresas de noticias (de 5 a 15)	Ampliación y cruce de datos con Catálogo (Unidad 1)	Presentación de indicadores para el análisis en la crítica de 5 textos editorializantes	Redacción de 3 editoriales o textos de opinión sobre noticias actuales

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Título *Teoría general de la información*

Autor ABRIL C., Gonzalo

Editorial Cátedra

Año 1997

Título *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*

Autor ARMAÑANZAS, Emy y J. DÍAZ

Editorial Servicio editorial de la Universidad del País Vasco

Año 1996

Título *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*

Autor BUSTAMANTE, Enrique (coord.)

Editorial Gedisa

Año 2003

Título *La galaxia internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*

Autor CASTELLS, Manuel

Editorial Areté

Año 2001

Título "Discurso periodístico: una propuesta analítica"

Autor GUTIÉRREZ Vidrio, Silvia; en revista: *Comunicación y Sociedad*, n.14, julio – diciembre; pp.169 - 198

Editorial Universidad de Guadalajara

Año 2010

Título *Un pacto global*

Autor HELD, David

Editorial Taurus

Año 2005

Título *El País o la referencia dominante*

Autor **IMBERT, Gerard** y José VIDAL BENEYTO (coords.)

Editorial Mitre

Año 1986

Título *The Social Semiotics of Mass Communication*

Autor **JENSEN, Klaus B.**

Editorial Sage

Año 1995

Título *Elementos de retórica literaria*

Autor **LAUSBERG, Heinrich**

Editorial Gredos

Año 1998 [1963]

Título *El artículo de opinión. Introducción a la historia y la teoría del articulismo español*

Autor **LEÓN Gross, Teodoro**

Editorial Ariel

Año 1996

Título *Los patrones de la argumentación. La argumentación en los clásicos y en el siglo XX*

Autor **MARAFIOTI, Roberto**

Editorial Biblos

Año 2003

Título "Fuentes de información y credibilidad periodística"

Autor MAYORAL, Javier. en: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.11; pp.93-102.

Editorial Universidad Complutense de Madrid

Año 2005

Título *Falacias y Medios de Comunicación. El discurso como arma*

Autor NOCETTI, Óscar

Editorial Humanitas

Año 1990

Título *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*

Autor PERELMAN, Chaim y L. OLBRECHTS-TYTECA

Editorial Gredos

Año 2006 [1989]

Título *La mirada en el cristal. La información en televisión*

Autor RODRÍGUEZ PASTORIZA, Francisco

Editorial Fragua

Año 2003

Título *La prensa, pasado y presente de México*

- Autor RUIZ Castañeda, María del Carmen (coord.)
- Editorial UNAM Instituto de Investigaciones Bibliográficas
- Año 1990
- Título *Manual de estructura de la información*
- Autor SÁNCHEZ-BRAVO Cenjor, Antonio
- Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.
- Año 1992
- Título "Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas"
- Autor SÁNCHEZ Ruiz, Enrique
- Editorial Universidad de Guadalajara, en: *Revista Universidad de Guadalajara* n.20, otoño
- Año 2000
- Título *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*
- Autor SANTAMARÍA S., Luisa y María Jesús CASALS C.
- Editorial Fragua
- Año 2000
- Título "Periodistas en la cuerda floja"
- Autor SÁNCHEZ-TABERNEIRO, Alfonso, en *Cuadernos de información*, 19: pp. 56-61.
- Editorial Pontificia Universidad Católica, Santiago de Chile

Año 2006

Título *Homo videns*

Autor SARTORI, Giovanni

Editorial Taurus

Año 1998

Título "A Balance Between Imitation and Contrast: What Makes Newspapers Successful? A Summary of Internationally Comparative Research"

Autor SCHÖENBACH, Klaus; en: *Journal of Media Economics*, vol. 17, Issue 3

Editorial Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Año 2004

Título *Bases de la investigación cualitativa*

Autor STRAUSS, A. y J. CORBIN

Editorial Universidad de Antioquia

Año 2002 [1990]

Título *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communications*

Autor THOMPSON, John B.

Editorial Stanford University Press

Año 1990

Título *Los media y la modernidad*

Autor THOMPSON, John B.

Editorial Paidós

Año 1998 [1997]

Título *La noticia como discurso*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Paidós

Año 2001 [1980]

Complementaria

Título "La antigua retórica", en: *La aventura semiológica*.

Autor BARTHES, Roland

Editorial Paidós

Año 2009

Título *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet*

Autor EDO B., Concha

Editorial Comunicación Social

Año 2002

Título "La columna periodística: algunas ideas"

Autor FORNEAS F., María Celia. en: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.9; pp. 139-158

Editorial Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid

Año 2003

Título *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*

Autor GOMÍS, Lorenzo

Editorial Paidós

Año 1991

Título *Hacia un país de lectores. Sociología de la lectura*

Autor GONZÁLES, Osmar

Editorial En: <http://librosperuanos.com/autores/osmar-gonzales12.html> (rev. 23/03/07)

Año 2005

Título *Comparing Media Systems. Three models of media and politics*

Autor HALLIN, Daniel C. y Paolo MANCINI

Editorial Cambridge University Press y en:
al http://books.google.com/books/about/Comparing_media_systems.html?id=954NJChZAGoC (01/12/2011)

Año 2004

Título *El marco del lenguaje*

Autor JAKOBSON, Roman

Editorial FCE

Año 1996 [1956]

Título "El País frente a los atentados del 11-S norteamericano: «acriticismo» y alineamiento discursivo con la postura estadounidense"

Autor JARQUE, José M. , en: *Andamios*, vol. 2, n.3; diciembre. pp.23 - 50

Editorial Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Año 2005

Título *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*

Autor JENSEN, Klaus B. (ed.)

Editorial Routledge

Año 2002

Título "El asedio a los periodistas mexicanos". Conferencia en Columbia University, Nueva York (octubre de 2008);

Autor JUNCO, Alejandro; en: *Revista Este país*, n.215, febrero; pp.35-38

Editorial *Este país*

Año 2009

Título *Logic and Contemporary Rhetoric*

Autor KAHANE, Howard

Editorial Wadsworth

Año 1988

Título *Los periodistas*

Autor LEÑERO, Vicente

Editorial Joaquín Mortiz

Año 1978

Título *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*

Autor **MARCHESE, Angelo** y Joaquín FORRADELAS

Editorial Ariel

Año 1991

Título "Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos"

Autor **MARTÍNEZ Albertos, José Luis**; en **CANTAVELLA, Juan** y **José Francisco SERRANO** (coords.): *Redacción para periodistas: informar e interpretar*, pp.51-75

Editorial Ariel

Año 2004

Título *La invención de la comunicación*

Autor **MATTELART, Armand**

Editorial Siglo XXI

Año 1995 [1994]

Título *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*

Autor **McQUAIL, Denis**

Editorial Paidós

Año 2000 [1983]

Título *La argumentación*

Autor PLANTIN, Christian

Editorial Ariel

Año 1998 [1996]

Título "Modernidades, otredades, entre-lugares"

Autor PRATT, Mary Louise. en: revista *Desacatos* n.3, primavera

Editorial CIESAS

Año 2000

Título *Horizontes fragmentados: comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*

Autor REGUILLO C., Rossana

Editorial ITESO

Año 2005

Título *Dirección estratégica de empresas de comunicación*

Autor SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso

Editorial Cátedra

Año 2000

Título "La Antigua retórica" (lecciones del curso de 1942); en *Obras completas* t.XIII

Autor REYES, Alfonso

Editorial F.C.E.

Año 1960 [1942]

Título *Macrostructures. An Interdisciplinary Study of Global Structures in Discourse, Interaction, and Cognition*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Lawrence Erlbaum Associates

Año 1980

Título *Racismo y análisis crítico de los medios*

Autor Van DIJK, Teun

Editorial Paidós

Año 1997

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de las audiencias
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Sergio René de Dios Corona
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	dd/mm/aa

2. COMPETENCIA

El estudiante será capaz de planificar, diseñar, organizar, aplicar, supervisar y renovar la agenda informativa de una empresa o institución periodística con base en el interés de las audiencias.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	: La Agenda Setting Sociología de la producción de mensajes
Habilidades	: Diseño de agendas informativas : Diseño de políticas editoriales Organización y conducción de equipos de reporteros Planificación de coberturas periodísticas concretas
Actitudes	: Curiosidad permanente Apertura a nuevas temáticas informativas Tomar decisiones rápidas y precisas : Analítica de fenómenos periodísticos Apertura al trabajo bajo presión
Valores ¹	: Verdad periodística Pluralidad : Trabajo en equipo Respeto al derecho a estar informado

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Diseñar, aplicar, supervisar y evaluar la agenda informativa, durante dos días seguidos, de diez reporteros, tres fotógrafos y dos video reporteros que laboren para una empresa multimedia
	Definir políticas editoriales para la cobertura informativa de una empresa periodística

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	La agenda informativa, su teoría e importancia,	El proceso informativo y la planeación de coberturas informativas	Estrategias Informativas	
Objetivo	Analizar el sustento teórico de la agenda informativa, de las audiencias y los factores que intervienen en la planeación Informativa	Analizar las fases de la producción noticiosa, la organización de reporteros y fotógrafos, los criterios editoriales y los escenarios de trabajo	Comprender las estrategias de cobertura informativo para el diseño de la agenda	
Contenido	La agenda Informativa Agenda Setting Sociología de la producción de	Fases del proceso de la producción noticiosa. Tipos de salas de redacción. La organización	Las distintas estrategias informativas de seguimiento de hechos noticiosos	

			mensajes de los equipos de reporteros, fotógrafos y video reporteros.	
			Criterios editoriales básicos.	
			Escenarios de las coberturas periodísticas.	
Producto de la unidad		Reporte del análisis de la agenda informativa de una sección de tres medios durante tres días.	Reporte del análisis de la producción noticiosa de un medio informativo, la organización de su equipo y los escenarios cotidianos.	Reporte del análisis de las estrategias aplicadas en una sección local de un medio durante tres días.

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Básica
- Albornoz, L. A. (2007). Periodismo digital. *Los grandes diarios en la red*. Buenos Aires. Editorial La Crujía.
- De Dios Corona, S. (1998). Rastreado las noticias. Universidad del Valle de Atemajac.
- De León Vázquez, Salvador. (2003). La Construcción del Acontecer. Análisis de las Prácticas Periodísticas. Universidad Autónoma de Tamaulipas. CONEICC. Universidad de Guadalajara.
- Fogel, Jean-Francois; Patiño, Bruno. (2005). *La Prensa sin*

Gutenberg. *El periodismo en la era digital*. Punto de Lectura. España.

López, Manuel. *Cómo se fabrican las noticias*. (1995). Fuentes, selección y planificación. Paidós Papeles de Comunicación.

Lozano Rendón, José Carlos. (1996). *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*. Alhambra. México.

Michel, Guillermo. *Para leer los medios*. Prensa, radio, cine y televisión. (2000). Editorial Trillas. México.

Núñez Bustillos, Juan Carlos; De Dios Corona, Sergio René. (2005). *Ser Noticia*. Prensa y Sociedad Civil. Instituto Mexicano de Desarrollo Comunitario, Consejo de Educación de Adultos de América Latina, Taller Editorial La Casa de Mago. México.

Pavlik, John V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Editorial Paidós. Barcelona.

Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda Setting, aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales:
<http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf>

Complementaria

Hernández Ramírez, María Elena. (1992). *¿Qué son las noticias? Comunicación y Sociedad* 14-15: 235-250. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara.

Hernández Ramírez, María Elena. (1995) *La producción noticiosa*. Universidad de Guadalajara. México.

McCombs, M. (1996). "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo". En Bryant, J. y Zillman, D. (1996). (1994) *Los efectos de los medios de comunicación*. Investigaciones y teorías, Paidós. Barcelona. p. 13-34.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso

Proyecto 3. Mejoramiento de la organización

	(diagnóstico)
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Rosalía Orozco Murillo
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	29/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante realiza un diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Los conocimientos adquiridos en materias anteriores - Diagnóstico de procesos y funciones editoriales - Diagnóstico de procesos administrativos - Diagnóstico de las formas de producción informativa - Análisis de las funciones y políticas administrativas del medio
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Para diagnosticar procesos y funciones administrativas y editoriales - Para evaluar - Organizar y manejar el tiempo
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> - Curiosidad para romper paradigmas.. - Propositivo - Autocrítica
Valores	<ul style="list-style-type: none"> - Honestidad - Responsabilidad en el manejo del tiempo - Compromiso para la entrega de las etapas del diagnóstico - Ética periodística

-Uso responsable de los derechos de autor.

Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción: Diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa final (4)
Título	Diagnóstico de las funciones y políticas editoriales de un medio	Diagnóstico de los procesos de producción informativa de un medio	Diagnóstico de las funciones y políticas administrativas de un medio	Entrega del diagnóstico general de los procesos editoriales y administrativos del medio
Objetivo	Integrar al diagnóstico general la parte que evalúa las funciones editoriales	Integrar al diagnóstico general la evaluación sobre los procesos de producción	Integrar al diagnóstico general la evaluación de las funciones y políticas administrativas	Redactar y revisar el diagnóstico general

Contenido	-Cómo se trabaja en la redacción de un medio	-Cómo se producen las noticias	informativa de un medio	-Estatutos y documentos oficiales donde se establezcan o declaren las políticas administrativas del medio	
	-Organigrama general de la redacción	-Etapas en los procesos de producción informativa			
Producto de la unidad	Diagnóstico de las funciones editoriales	Diagnóstico descriptivo de los procesos de producción del medio	Evaluación de las políticas administrativas del medio	Diagnóstico general de los procesos editoriales, productivos y administrativos de un medio.	

¹ Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7 BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Avogadro, Marisa (2004). "NTIC, Convergencia, Tecnología Multimedia... algunas aproximaciones", en *Revista Razón y Palabra* No. 41. octubre [En línea, julio de 2008] Disponible en www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2004/octubre.html.
- Castells, Manuel (2006a). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Vol. I* (7ª ed.). México: Siglo XXI Editores.
- Fundación Opti (2004). "El futuro de los medios de Comunicación ante el impacto de las nuevas tecnologías" en *Estudio de Investigación del Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial*. [En línea julio de 2008]. Disponible en http://www.opti.org/publicaciones/pdfs/medios_comu.pdf.

-Machado Elias y Palacios Marcos (2003). *Modelos de Jornalismo Digital*. Brasil: Facultad de Comunicación, Universidad Federal de Bahía, Ediciones GJOL.

Complementaria

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Análisis de la percepción y necesidades de los consumidores de información periodística
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Jade Ramirez Cuevas Villanueva
Asesor pedagógico	
Fecha de elaboración	25/noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El alumno analiza la percepción de los consumidores de información periodística para mejorar sus productos noticiosos y lograr que se atiendan ciertas necesidades en un marco de inclusión y pluralidad.

*encuadrarla con algún tipo de enfoque (sustentable, derechos)

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Métodos de investigación• Investigación cuantitativa• Investigación cualitativa• Diseño de encuesta y consultas• Manejo de porcentajes• Perfiles de audiencia por tipo• Comportamiento de audiencias• Consumo y preferencia cultural
---------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- Focus group
- Raiting

Habilidades	Reconocer la pluralidad Saber atender peticiones Saber leer realidades
Actitudes	Interés por aprender Autocrítica y auto-evaluativa
Valores ¹	Respeto, atención, inclusión, ética profesional.

Atudir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

El alumno obtendrá la capacidad de saber diagnosticar los perfiles de consumidores de productos informativos y orientar mejor sus contenidos y la calidad de la información que difunde según las necesidades de su audiencia.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Diagnóstico que integre tanto la percepción de los consumidores de productos periodísticos como las nuevas necesidades que tienen sobre lo que se oferta y podría ofertarse respecto a temáticas, formatos, géneros periodísticos, perfiles de audiencia, característica de productos, modelos de comunicación y temporalidades.
-------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título				
	Métodos de investigación	de Investigación cuantitativa	Investigación cualitativa	
Objetivo	Que el alumno conozca las maneras en que	Que el alumno diseñe y realice	Que el alumno diseñe y realice	

	puede obtener información en números y características, sobre los perfiles de audiencia y lo que éstas prefieren o necesitan.	investigación porcentual sobre las preferencias, carencias o necesidades que no están siendo cubiertas.	investigación temática o focalizada sobre lo que prefiere o necesita el consumidor de productos periodísticos a partir de cierto resultado numérico o estadístico
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> *Métodos científicos. *Características y herramientas para cada tipo de investigación *Tipos de encuesta. *Consulta telefónica, *Buzón de sugerencias *Tipos de perfil de consumidor de acuerdo a cada herramienta de investigación 	<ul style="list-style-type: none"> *Estadísticas *Raiting *Agrupación de resultados *Comparativo numérico. *Tópico *Validación de resultados 	<ul style="list-style-type: none"> *Consumo y preferencia cultural en diferentes escalas *Focus group *Análisis de resultados *Análisis actancial (macros) *Comportamiento de audiencias sobre modelos de comunicación (tipo de narrativa, duración, entregas y temporalidad, maneras de transmisión o entrega de un producto).
Producto de la unidad	Diseño de una herramienta de estudio.	Mejora y aplicación de la herramienta diseñada.	Diseño de investigación temática sobre preferencias de consumo a un cierto perfil de audiencia.

* Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Lenon Legun. Etnicidad Virtual (2011) Editorial Gedisa.
- Galindo Cáceres. Luis Jesús. (1998). Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación. Pearson Adison Wesley Longman.
- CONACULTA/SEP. Encuesta Nacional de Consumo Cultural 2010.
- CONAPRED. Encuesta Nacional de Discriminación 2011.
- Seth Godin, La vaca púrpura (2006). Editorial Gedisa.
- Martínez Martín. Valentín-Carlos, Diseño de Encuestas de Opinión (2003). Ra-Ma librería y editorial, España
- Julien Greimas. Del sentido II (1989), ed en español, Gredos.
- Julien Greimas. Semiótica de las pasiones (1994), ed en español. Gredos

Complementaria

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Innovación en la difusión informativa
Programa al que pertenece	Nivelación de la Licenciatura de Periodismo
Experto disciplinar	Jade Ramírez Cuevas Villanueva
Asesor pedagógico	Carmen Coronado
Fecha de elaboración	25/noviembre/2011

2. COMPETENCIA

El alumno innovará con estrategias focalizadas la difusión de productos periodísticos para lograr mayor impacto en comunidades específicas sobre la información generada y difundida. La propuesta deberá encuadrarse con enfoque sustentable, derechos ciudadanos...

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Gestión Cultural• Marketing social• Contextualización de problemáticas documentadas periodísticamente.• Difusión formal y alternativa en radio, prensa escrita y televisión.• Análisis de perfiles y audiencias• Manejo y administración de directorios y contactos de instituciones, ONG's, OSC's, empresas, servicios especializados, programas académicos.• Organización de eventos masivos presenciales y virtuales.• Producción y edición de compilados periodísticos digitales y físicos.• RSS, redes sociales, blogs, sitios web.
Habilidades	<p>Conocer contextos sociales</p> <p>Analizar posibilidades de distribución</p> <p>Capacidad de experimentación fuera de la redacción periodística</p>
Actitudes	<p>Creativa.</p>
Valores	<p>Respeto, atención, inclusión.</p>

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

El alumno obtendrá los conocimientos suficientes para diseñar una estrategia que difunda materiales y productos periodísticos que innoven la manera de acceder y consumir información noticiosa fuera de los espacios tradicionales.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Estrategia para difundir y dar a conocer ampliamente en espacios muy diversos, productos o investigaciones periodísticas de largo aliento o espacios informativos según formatos, géneros periodísticos, perfiles de audiencia, característica de productos, modelos de comunicación y temporalidades.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Gestión y Marketing Cultural	Formación de Públicos y organización de eventos	Edición de productos y redes sociales	
Objetivo	Que el alumno conozca las herramientas y alcances de la gestión cultural para difundir efectivamente productos de información periodística, fuera de su emisión y salida habitual.	Que el alumno tras identificar tipos de públicos o audiencia, diseñe y realice eventos de difusión como alternativa para dar a conocer ampliamente los resultados de una investigación periodística	Que el alumno diseñe y realice productos de comunicación en diversos formatos para divulgar en espacios alternativos producción noticiosa.	
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> •Introducción y teoría de la Gestión Cultural •Marketing social •Contextualización de problemáticas documentadas periodísticamente. •Difusión formal y 	<ul style="list-style-type: none"> •Análisis de perfiles y audiencias •Manejo y administración de directorios y contactos de instituciones, ONG's, OSC's, empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> *Producción de audio y video *Becas de financiamiento o coinversión *Campaña de difusión focalizada 	

	alternativa en radio, prensa escrita y televisión.	servicios especializados. programas académicos.	*Lenguajes y narrativas para la innovación de formatos y entrega de un producto.
	Consumo y preferencia cultural en diferentes escalas.	•Organización de eventos masivos presenciales y virtuales.	
	(Casos específicos).		
Producto de la unidad	Propuesta de caso a difundir con bases y argumentos.	Diseño de campaña de difusión alternativa e innovadora	Producción de material o materiales a crear por estrategia o campaña a emprender.

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica	Derrick de Kerckhove. <i>Inteligencias en Conexión</i> (1999). Editorial Gedisa.
	CONACULTA/SEP, <i>Atlas de infraestructura cultural de México</i> (2003).
	Pierre Bourdieu. <i>Razones Prácticas</i> . (no tengo el año). Anagrama.
	Victor Roura. <i>Cultura, ética y prensa</i> (2001). Croma, Paidós.
	Diccionario crítico de política cultural e imaginario, Teixeira Coelho (2000) ITESO/CNCA.
	El arte del mercado del arte, Miguel Peraza (2006), Miguel Porrúa.
Complementaria	Las industrias culturales y el desarrollo en México, Ernesto Piedras (2007).

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Vinculación comercial e interinstitucional
Programa al que pertenece	Nivelación de licenciatura en Periodismo

Experto disciplinar

Norma Lilia Cerda Martínez

Asesor pedagógico

Fecha de elaboración

2/11/2011

2. COMPETENCIA

El estudiante será capaz de elaborar estrategias de vinculación y comercialización con organizaciones de medios, agencias de noticias y otras instituciones sociales para generar convenios y vínculos que le ayuden a consolidar el trabajo informativo.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Estrategias de vinculación comercial Relaciones públicas Redes de trabajo e intercambio de información
Habilidades	Espíritu crítico, capacidad analítica y habilidades de comunicación oral y escrita, instrumentar, elaborar y aplicar estrategias diversas
Actitudes	Reflexiva, de liderazgo, activa, sociable y original.
Valores ¹	Responsabilidad, ética periodística, compromiso social

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación y vinculación de una organización informativa con instituciones y organizaciones externas en las áreas administrativa y de producción editorial.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

El estudiante elabora y propone estrategias de vinculación comercial, de

Descripción la producción informativa.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	Por qué generar vínculos	Estrategias comerciales y de vinculación	Plan estratégico de vinculación y comercialización
Objetivo	Identificar las necesidades y metas de la organización, así como los actores y organizaciones para establecer vínculos estratégicos	Definirá las estrategias comerciales y de vinculación que desea establecer para su medio.	Elaborará un plan estratégico de comercialización y vinculación con organizaciones e instituciones de acuerdo con metas y perfil del medio
Contenido	La importancia de generar vínculos con actores y organizaciones externas Metas u objetivos de la empresa periodística Identificación de organizaciones e instituciones para establecer vínculos	Medios estratégicos para la vinculación Estrategias de vinculación comercial Redes de trabajo e intercambio de información	Convenios estratégicos con organizaciones externas Relaciones públicas
Producto de la unidad	Mapa conceptual o power point donde se presenten las metas y objetivos de las organizaciones, así como la lista de organizaciones e	Identificación y explicación de los diversos componentes que considerará para la propuesta de vinculación comercial	Propuesta de las estrategias de vinculación y comercialización de la producción informativa

instituciones con las
que sería pertinente
(de acuerdo a las metas
y objetivos) establecer
convenios o vínculos.

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

BIBLIOGRAFIA

Básica Prahalad C. K. *Estrategia en el siglo XXI (2010) Ediciones Deusta.*
http://books.google.es/books?id=jRhgEWiz1TOC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

SAINZ Jose Maria, De Vicuña (2006), *El plan de marketing en la práctica.*

Mattelart Armand, Multigner Gilles (2007) *La comunicación-mundo:*

historia de las ideas y de las estrategias. Siglo XXI Editores

<http://books.google.com/books?id=agU->

[bMCIGAQC&printsec=frontcover&hl#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com/books?id=agU-bMCIGAQC&printsec=frontcover&hl#v=onepage&q&f=false)

Munuera Jose Luis, y otras. (2007) *Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección*

<http://books.google.es/books?id=aj7wABSD7->

[MC&printsec=frontcover&dq=estrategias+de+marketing&hl=es&ei=PA_ZTt-](http://books.google.es/books?id=aj7wABSD7-MC&printsec=frontcover&dq=estrategias+de+marketing&hl=es&ei=PA_ZTt-)

[iFdT1sQL71qTrDQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CDcQ6AEw](http://books.google.es/books?id=aj7wABSD7-MC&printsec=frontcover&dq=estrategias+de+marketing&hl=es&ei=PA_ZTt-iFdT1sQL71qTrDQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CDcQ6AEw)

[AA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.es/books?id=aj7wABSD7-MC&printsec=frontcover&dq=estrategias+de+marketing&hl=es&ei=PA_ZTt-AA#v=onepage&q&f=false)

Prahalad C. K. *La fortuna en la base de la pirámide: cómo crear una vida digna y aumentar ... (2005) dit. Granica*

http://books.google.es/books?id=MjntAttdUQC&pg=PA308&dq=perspectiva+comercial&hl=es&ei=tQ7ZTuCFLYX_sQLb-

[5GCDg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=10&ved=0CGAQ6AEwCQ#v=onepage&q=perspectiva%20comercial&f=false](http://books.google.es/books?id=MjntAttdUQC&pg=PA308&dq=perspectiva+comercial&hl=es&ei=tQ7ZTuCFLYX_sQLb-5GCDg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=10&ved=0CGAQ6AEwCQ#v=onepage&q=perspectiva%20comercial&f=false)

[epage&q=perspectiva%20comercial&f=false](http://books.google.es/books?id=MjntAttdUQC&pg=PA308&dq=perspectiva+comercial&hl=es&ei=tQ7ZTuCFLYX_sQLb-5GCDg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=10&ved=0CGAQ6AEwCQ#v=onepage&q=perspectiva%20comercial&f=false)

Video. Nuevas estrategias comerciales <http://youtu.be/WqP2WGM7M2A>

Video. Mesa redonda: ¿Fusiones o estrategias comerciales comunes?

<http://youtu.be/p-poL1tuNQ>

Video. Casimo Chiesa: Claves para mejorar la estrategia comercial

<http://youtu.be/sKLFcU45N8>

Complementaria De la Rica, Enrique (2000) *Marketing en Internet*. Edit. Esic Editorial, Madrid

<http://redgiga.com/documentacion/marketingeninternet.pdf>

Tellis, Gerard J., Redondo, Ignacio (2002) *Estrategias de publicidad y promoción*.

<http://148.201.96.14/dc/ver.aspx?ns=000166552>

Kotler Philip, Roberto Eduardo L. *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*

<http://bit.ly/rJUNZG>

Nombre del curso

Diseño y técnicas para la Investigación periodística

Programa al que pertenece

Nivelación en periodismo

Experto disciplinar

Mtro. Héctor Farina Ojeda

Asesor pedagógico

Ana Xochitl Castañeda Salcedo

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Planificación de un tema de investigación periodística, elección de fuentes, técnicas de recolección de información y conocer las formas de acceso a la información.
Habilidades	Analizar la realidad de forma crítica pero veraz, indagar a profundidad, detectar temas de interés por su contenido y no por su capacidad de venta.
Actitudes	De apertura y respeto.
Valores ¹	Investigar los hechos. Respetar la propiedad intelectual. Buscar la veracidad de la información.

¹ Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Diseño del proyecto de investigación periodística que contenga: Delimitación del tema, fuentes a consultar, estrategias y técnicas para obtener la información periodística, así la planificación de cómo difundir la investigación
-------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Actividad integradora
----------	----------	----------	-----------------------

Título	El camino aLas Entre la: recorrer entre laherramientas planeación y la idea y laadecuadas realidad investigación para cada ocasión
Objetivo	Aprender aConocer el usoClasificar lasIntegrar el planificar unay la aplicaciónfuentes delproyecto de investigación de las técnicasperiodismo deinvestigación periodística periodísticas investigación, periodística. para laasi como obtención deestablecer las información. formas de acceso.
Contenido	Las técnicasLas fuentes delPlanificar una de periodismo deinvestigación, así Planificación de: investigación: como la una entrevista, personales, apropiación de investigación observación. documentales, técnicas para periodística: rastreo degubernamentale obtener la temas de documentos, s, noinformación de investigación, etc. gubernamentale las fuentes. delimitación. s, las fuentes off y on the record.
Producto de la unidad	Proyecto deCuadro Mapa mental deDiseñar un investigación sinóptico confuentes a serproyecto de periodística. las diferentesconsultadas parainvestigación. técnicas y laa realización de: fuentes en lasla investigación que se recomiendan.

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Básica Abril, Natividad (sf). "El reportaje interpretativo" (pp. 65-88). En Información interpretativa en prensa. España: Síntesis.
eriodismo de investigación. Teoría y Práctica. Editorial Síntesis, España

Faundes, Juan Jorge (2003) "Periodismo de Investigación en Sudamérica: obstáculos y propuestas". Sala de Prensa N. 58., agosto de 2003. Documento en línea disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art475.htm>

Grijelmo, Alex (2008). "El título del reportaje" (pp. 480-493). En El estilo del periodista. México: Editorial Taurus.

Gorriti, Gustavo (2010) "Periodismo de investigación y defensa personal". Documento en línea, disponible en HYPERLINK "<http://www.saladeprensa.org/art1029.htm>" <http://www.saladeprensa.org/art1029.htm>

Klein, Darío (2001). "El pa el del periodismo de investigación en la sociedad democrática". En Razón y Palabra. N. 22, mayo – julio. Documento en línea: (HYPERLINK "http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n22_dklein.html")

Parratt, F. Sonia (2003). Introducción al reportaje: Antecedentes, actualidad y perspectivas. España: Universidad de Santiago de Compostela.

Quesada, Montserrat (1987). El periodismo de investigación. El caso español. Barcelona: Editorial Ariel.

Randall, David (2008). "Periodismo de investigación". En El periodista Universal. España: Editorial Siglo XXI

Requejo Alemán, José Luis (2010) "¿Cómo se financia el periodismo de investigación en Estados Unidos?". Documento en línea disponible en <http://www.saladeprensa.org/art1030.htm>

Reyes, Gerardo (2007). "Intersticios del periodismo de

investigación". En Sala de Prensa, documento en línea:
www.saladeprensa.org/art12.htm

----- (2005). Periodismo de Investigación. México: Trillas:
tercera reimpresión.

Rodríguez, Pepe (1994). Periodismo de Investigación, técnicas
y estrategias. España: Paidós.

Saad, Anuar (2001). El reportaje. Documento en línea
disponible en <http://www.saladeprensa.org/>

Santoro, Daniel (2004). Técnicas de investigación. Métodos
desarrollados en diarios y revistas de América Latina. México:
Fondo de Cultura Económica, colección Nuevo Periodismo

Complementaria

Quesada, Montserrat (1997). Periodismo de Investigación o el
derecho a denunciar. Barcelona: Editorial Cims'97.

Eloy Martínez, Tomás (1997) "Periodismo y narración",
Conferencia ante la asamblea de la SIP el 26 de octubre de
1997, en Guadalajara, México. Documento en línea disponible
en <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=2877>

Wolfe, Tom (1994). El nuevo periodismo. Barcelona: Anagrama.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Proyecto 1 (Mejoramiento de la producción noticiosa en la sociedad de la información)
Programa al que pertenece	Nivelación de Licenciatura en Periodismo
Experto disciplinar	Mtro. Héctor Farina Ojeda
Asesor pedagógico	

2. COMPETENCIA

El estudiante comunica por medio de técnicas y los nuevos canales de información la información de interés general en el contexto de la sociedad de la información.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Planificación del proyecto de investigación periodística, elaboración de instrumentos, aplicación de las técnicas necesarias para la recolección de información, creación de productos multimedia, aprovechamiento de los diversos canales de difusión.
Habilidades	Investigar información de interés, llegar a las fuentes propicias, de redacción e incorporación de los diferentes elementos multimedia.
Actitudes	Creatividad
Valores ¹	Respeto a la promoción de un nuevo mundo de la información y la comunicación. Buscar la precisión y el rigor investigativo.

¹Aludir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo. Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación. Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Reportaje de investigación periodística, presentado en formato multimedia, y que contenga además una planificación de difusión a través de los nuevos canales: Internet, redes sociales y otras plataformas digitales.

Ensayo reflexivo, basado en un diario o cuaderno de notas, sobre el proceso de investigación: dificultades, ventajas y propuestas de mejora.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Título	Partir de cero	Sumergirse en las aguas del proyecto	El proceso de reducción y apreciación de la información	Revelar el producto en el momento y lugar adecuado
Objetivo	Diseñar un proyecto de investigación periodística	Producir y obtener información para un reportaje de investigación	Redactar y producir un reportaje en formato multimedia	Planificar mecanismos de difusión para plataformas en línea.
Contenido	Planificación, delimitación y elección de técnicas y fuentes para la investigación.	El trabajo de campo: producción y recolección de información.	La construcción del reportaje de investigación: redacción y producción en formato multimedia.	La difusión: herramientas y canales digitales para acceder a las audiencias.

Producto de unidad	de la Proyecto de investigación periodística.	Cuadro sinóptico con las principales actividades del diario de campo acompañado de alguna evidencia.	Presentación del producto multimedia sobre el reportaje periodístico.	El lanzamiento del reportaje por medio de diversos canales digitales.
--------------------	-----------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Caminos Marcet José (1997) *Periodismo de investigación. Teoría y Práctica*. Editorial Síntesis, España.

Faundes, Juan Jorge (2003) "Periodismo de Investigación en Sudamérica: obstáculos y propuestas". Sala de Prensa N. 58., agosto de 2003. Documento en línea disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art475.htm>

Fernández, Juan José (2008) *Prensa especializada actual*. McGraw Hill, Madrid. España.

Grijelmo, Alex (2008). "El título del reportaje" (pp. 480-493). En *El estilo del periodista*. México: Editorial Taurus.

Gorriti, Gustavo (2010) "Periodismo de investigación y defensa personal". Documento en línea, disponible en <http://www.saladeprensa.org/art1029.htm>

Complementaria

Rojo Villada, Pedro Antonio (2005) *Producción periodística y nuevas tecnologías*. Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España.

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Optimización de los procesos y espacios de producción informativa
Programa al que pertenece	Nivelación de Periodismo
Experto disciplinar	Mtro. Héctor Farina Ojeda
Asesor pedagógico	:
Fecha de elaboración	24 de noviembre de 2011

2. COMPETENCIA

El estudiante aprovecha los recursos tecnológicos con miras a optimizar el proceso de producción noticiosa, tanto en la recolección de información como en la selección de los recursos que se usarán para la producción de noticias.

3. ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

Conocimientos	Recursos tecnológicos, procesos de producción noticiosa, selección de herramientas digitales para recolección de información.
Habilidades	Utilizar herramientas tecnológicas para buscar y procesar información, planificar las noticias en función de las necesidades del medio.
Actitudes	Creatividad
Valores ¹	Respeto a la promoción de un nuevo mundo de la información y la comunicación. Buscar la precisión y el rigor investigativo.

¹Atudir no sólo a valores universales, sino de postura ante los problemas y alternativas de atención.

4. COMPETENCIA GENERAL DEL PERFIL DE EGRESO CON QUE SE VINCULA O A LA QUE APOYA

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.

5. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Proyecto para el mejoramiento de los mecanismos de producción noticiosa que incluya: uso de tecnología para búsqueda y procesamiento de información, y planificación de las noticias en función de los recursos tecnológicos para llegar a las audiencias.

6. RECORTE DE CONTENIDO (unidades y contenidos).

	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
Título	La tecnología como factor de optimización en el periodismo.	La tecnología y la planificación editorial.	Nuevos medios y nuevos procesos de producción.
Objetivo	Conocer los recursos tecnológicos que permitan optimizar el proceso de recolección de información.	Aprender a planificar las noticias en función de las necesidades de difusión de	Aprender a planificar nuevos medios, con mejores procesos de producción noticiosa.
Contenido	Recursos tecnológicos búsqueda producción información.	La planificación editorial conforme a las necesidades de difusión tecnológica: audio, video, fotos, etc.	Planificación de un nuevo medio: propuesta para el mejoramiento de la rutina de producción noticiosa.

Producto de la unidad
Cuadro sinóptico con
Presentación de la
Proyecto de un nuevo
de un medio de
herramientas de
noticia, donde se
comunicación, con una
tecnológicas usadas
establezcan que
descripción de los
por el periodista, sus
recursos tecnológicos
procesos que se
usos y beneficios
se utilizarán y
lausarán para producir
para la producción
manera de difundir
la contenidos
noticiosa, noticia en
medios periodísticos,
digitales.

Se pueden insertar o eliminar unidades (subcompetencias) dependiendo de las necesidades de cada curso.

7. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Cea Esteruelas, María Nereida (2009): "Modelo de negocio de la empresa periodística en Internet: El caso de Prisa", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 938 a 950. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna.

Cebrián Herreros, Mariann (2010) (director), *Desarrollos del periodismo en Internet*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, España.

Edo, Concha (2002) *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet* (2002). Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España

...

Yus, Francisco (2010) *Ciberpragmática 2.0 Nuevos usos del lenguaje en Internet*, Ariel, España.

Rojo Villada, Pedro Antonio (2005) *Producción periodística y nuevas tecnologías*, Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España

Salaverría, Ramón (2003). "Convergencia de los medios". *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, marzo, número 081. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador. pp 32-39

Salaverría, Ramón (2005). *Reducción periodística en Internet*. Barcelona, España. EUNSA. Colección comunicación

...

Complementaria Meso Ayerdi, Koldobika (2003). "Nueva profesión: el periodista digital". *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, marzo, número 081. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito Ecuador. Pp 4-11. Disponible en: <http://redalyc.unamex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16008101>

Van Weezel, Aldo (2011), "Hacia dónde va la industria de periódicos", en *Asociación Nacional de la Prensa*, Chile. Disponible en http://www.anp.cl/estudios/112-estudios-anp-aldovanweezel?sms_ss=twitter&at_xt=4ddc27b7e3d5e3e8,0



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

COORDINACIÓN GENERAL ACADÉMICA

COORDINACIÓN GENERAL ACADÉMICA COORDINACION DE INNOVACIÓN EDUCATIVA Y PREGRADO APOYO TÉCNICO

CGA/CIEP/300/2012
Octubre 19 del 2012

Para: **MTRO. JOSE ALFREDO PEÑA RAMOS**
SECRETARIO GENERAL Y SECRETARIO DE ACTAS Y ACUERDOS
DE LA COMISIÓN DE EDUCACIÓN DEL H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
P R E S E N T E.

Asunto: Por este conducto remito a sus finas atenciones en impresión y vía electrónica, las siguientes propuestas: dictamen para la creación del Programa de Nivelación de La Licenciatura en Periodismo, para el Sistema de Universidad Virtual.

En otro particular, queda de Usted.

11/30
12 NOV 7 13:39
[Handwritten signature]



DRA. PATRICIA ROSAS CHÁVEZ
COORDINADORA
COORDINACION

ESCUELA MILITARIA DE INGENIERIA, 16, C.P. 44600
COL. LADRONES DE GUADAJALAJA, GUADAJALAJA, JALISCO, MEXICO.
Tel. (33) 31342222 Ext. 11400, 11401; (33) 35403021
www.ciep.ega.udg.mx



H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

P R E S E N T E

A estas Comisiones Permanentes Conjuntas de Educación y Hacienda ha sido turnado por el Consejo del Sistema de Universidad Virtual, el dictamen SUV/05/2012, con fecha del 23 de febrero del año en curso, en el que se crea el Programa Académico de la Nivelación de la Licenciatura en Periodismo, bajo el sistema de créditos, en la modalidad a distancia, a partir de la aprobación del presente dictamen y

R e s u l t a n d o:

1. Que la consolidación democrática de un país está íntimamente ligada con la calidad de los sistemas de comunicación con los que se mantiene informada a la sociedad. La función social de un periodista es interpretar y analizar hechos, información y acontecimientos para explicarlos y comunicarlos de forma veraz y oportuna a los ciudadanos, de ahí que el rol social de este profesional es vital para el buen funcionamiento de la democracia y para la construcción de una sociedad más crítica y participativa.
2. Que si los ciudadanos están bien informados sobre los asuntos de interés público que les competen, afectan e interesan, tendrán elementos para entender los temas de interés colectivo general; por tal razón el trabajo y función profesional del periodista contribuye de manera profunda al conocimiento, análisis y discusión de las problemáticas sociales contemporáneas.
3. Que en los últimos años las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han transformado prácticamente todos los ámbitos de la vida social, afectando de forma particular los procesos relacionados con la producción, distribución y comunicación de información.



4. Que los cambios tecnológicos han impulsado el surgimiento de nuevos medios y la adaptación de medios tradicionales a las necesidades que impone el contexto social en la era digital, donde confluyen tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana.
5. Que alrededor del mundo, los diferentes medios, los comunicadores y los periodistas han visto llegar nuevas herramientas, aplicaciones y plataformas tecnológicas que les permiten producir, gestionar y difundir información.
6. Que las tendencias a nivel internacional poco a poco permean la realidad laboral del país y vuelven imperante profesionalizar, actualizar y nivelar los conocimientos, habilidades y competencias de quienes ejercen en el campo de la comunicación y el periodismo.
7. Que el entorno social actual demanda a los periodistas un dominio más amplio de competencias relacionadas con el uso y la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación, pero además se vuelve necesario que estos profesionales dominen competencias relacionadas con la contextualización, la investigación y el análisis de problemáticas y fenómenos sociales contemporáneos.
8. Que en un contexto donde convergen la tecnología y los medios de comunicación, estableciendo nuevos modelos productivos en las empresas de información, es de suma importancia actualizar, nivelar y adaptar a las necesidades sociales los perfiles profesionales, dando énfasis a un mayor uso, dominio y conocimiento de plataformas y aplicaciones tecnológicas, pero sobre todo, poniendo énfasis en el desarrollo de competencias para el análisis, la investigación e innovación en el campo de la comunicación.



9. Que en México existe una gran concentración de medios, pues sólo dos cadenas de televisión dominan el espectro televisivo, Televisa con más de 257 canales y TV Azteca con 180 canales. En el caso de la radiodifusión, doce cadenas se reparten las 820 estaciones de radio que existían a finales de 2009 a nivel nacional.
10. Que conscientes de la alta concentración de los sistemas de medios de comunicación en nuestro país, uno de los retos más grandes que tienen las universidades que ofertan programas educativos de periodismo y comunicación es dotar a sus alumnos de las competencias que les permitan generar plataformas noticiosas donde difundan información plural y de calidad.
11. Que de acuerdo con el Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo llevado a cabo por el Sistema de Universidad Virtual y que se aplicó a 45 periodistas y cinco directivos de distintas organizaciones de medios de la Zona Metropolitana de Guadalajara y del Distrito Federal, el 50 por ciento de los entrevistados cree que son mejor pagados los periodistas que saben utilizar las tecnologías de la información y que se capacitan o actualizan de forma permanente¹.
12. Que en cuanto a las necesidades de profesionalización, los intereses de los periodistas consultados se centran en el uso de herramientas digitales y plataformas tecnológicas para la difusión y producción de información, así como en el manejo de habilidades y competencias para la redacción de contenidos para Internet. Además, los cinco directivos de medios mencionaron que dos de las habilidades más importantes que buscan al contratar periodistas son la capacidad de análisis y de investigación, dos de las

¹ Ver resultados generales del *Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo*. Sistema de Universidad Virtual. Universidad de Guadalajara, Agosto de 2011. ANEXO 1



competencias genéricas que se consideran en la currícula del programa educativo de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo.

13. Que atendiendo al contexto social descrito y a las necesidades de formación y profesionalización de periodistas y comunicadores que no cuentan con el grado de licenciatura en la especialidad del periodismo, la Universidad de Guadalajara a través del Sistema de Universidad Virtual propone crear el programa académico Nivelación de Licenciatura en Periodismo.
14. Que en el estudio de pertinencia y factibilidad para la implementación del programa académico Nivelación de la Licenciatura en Periodismo, realizado por el Sistema de Universidad Virtual arrojó, entre otros como dato relevante, que de los 45 periodistas entrevistados, más del 33 por ciento no contaba con título de licenciatura. Si consideramos que muchos de los que dijeron que si tenían el grado no estudiaron carreras afines al área de la comunicación, y que los consultados viven en zonas urbanas, tenemos que la demanda social del programa Nivelación de Licenciatura en Periodismo puede ser muy alta, pues en las ciudades pequeñas es altamente probable que quienes trabajan como periodistas cuenten sólo con preparatoria y que no hayan cursado estudios profesionales.
15. Que en el estudio *Necesidades de Formación para Medios Digitales en América Latina*, coordinado por Guillermo Franco en el 2009, se revela que entre las necesidades de formación y profesionalización de 588 comunicadores entrevistados están, aprender a crear productos multimedia (26%), escribir para Internet (22%) y aprende a administrar y gestionar comunidades y usuarios de Internet (11%). Todas estas habilidades están consideradas en el programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo².

² El estudio fue financiado por la Fundación Periodismo Iberoamericano (FNP) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Versión digital disponible en la página: http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/AECID/Documentos_AECID/fnpi_sondeo-L.pdf



16. Que la pertinencia de ofertar el programa académico Nivelación de Licenciatura en Periodismo se sustenta tanto en los resultados sobre las necesidades de formación de periodistas y comunicadores arrojados en los estudios antes citados, así como en el contexto social descrito sobre la gran cantidad de medios que existen en el país, donde hay cientos de "periodistas" formados empíricamente, con carreras trucas o sin una formación universitaria en el campo de la comunicación y el periodismo; esto debido a que durante muchos años para ejercer en esa área los medios de comunicación no exigían el título.
17. Que se ha identificado de forma objetiva el grupo al que está dirigida la nivelación en periodismo, siendo periodistas y comunicadores con experiencia que por diferentes razones no tienen el grado de Licenciatura en Periodismo. Entre ellos se encuentran quienes no pudieron terminar su carrera, estudiaron licenciaturas ajenas a la comunicación o simplemente desean actualizar y nivelar sus conocimientos, habilidades y competencias en el campo del periodismo.
18. Que el diseño curricular de la nivelación se ancla precisamente en las competencias genéricas de la investigación y el análisis y da un peso importante a la dimensión ética de la profesión; aunque también está enfocada a reforzar las habilidades para la evaluación y el diagnóstico de sistemas y procesos informativos.
19. Que la necesidad del programa académico Nivelación de Licenciatura en Periodismo no sólo se justifica con el aspecto social, sino también el aspecto institucional verifica su necesidad, pues en el año 2010 se cumplieron 50 años de la existencia de programas académicos dedicados al estudio de la Comunicación y el periodismo en México.



En el estudio denominado Mapa de los Centros y Programas de Formación de Comunicadores y Periodistas en América Latina y el Caribe (Unesco-Felafacs, 2009), en el capítulo correspondiente a México, se señala que de acuerdo con datos del periodo 2006-2007 de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), hay 462 programas de Comunicación y sus subespecialidades; de esos, más de 40 se especializan en la formación profesional del periodismo³.

De acuerdo con datos de la ANUIES la distribución de los programas de Comunicación se da de la siguiente manera: Centro (34.40%); Centro Occidente (19.50%); Sur-Sureste (17.90); Noreste (17.20%); Noroeste (11%).

Si consideramos los datos de la ANUIES, a nivel nacional la carrera de comunicación se ofrece en más de 45 especializaciones, muchas de ellas tienen una orientación formativa en ingeniería para el desarrollo de tecnologías y no con fines de comunicación periodística.

20. Que en México no existe hasta la fecha ningún programa académico escolarizado ni en modalidad virtual que ofrezca nivelar los conocimientos, habilidades y competencias de comunicadores y periodistas, ofreciéndoles obtener el grado de licenciatura; de ahí que la oferta del programa Nivelación de Licenciatura en Periodismo sea pertinente y necesaria en el contexto nacional.

³ María Antonieta Rebel coordinó el estudio en México y fue financiado por la UNESCO y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Resultados disponibles en línea en la página:

<http://www.felafacs.org/unesco/>

El *Catálogo de Carreras de Licenciatura en Universidades e Institutos Tecnológicos (2007)*, editado por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) también está en línea:

<http://www.anui.es/servicios/licenciatura/index2.php>



Exp. 021

Dictamen Núm. 1/2012/

21. Que aunque en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, con sede en el Distrito Federal, se ofrece la acreditación o equivalencia a la Licenciatura en Periodismo mediante un "Examen General de Conocimientos", con base en el Acuerdo No. 286 de la Secretaría de Educación Pública; no ofrece ningún tipo de formación ni profesionalización a los periodistas.
22. Que en América Latina, sólo dos universidades ofrecen programas de nivelación, uno es la Universidad de la Plata, en Argentina; y la otra es la Universidad de San Carlos, en Guatemala. Ambos programas son escolarizados, el segundo se ofrece incluso como un curso propedéutico para nivelar a los aspirantes a cursar la Licenciatura en Periodismo. Esto quiere decir que el programa que propone el Sistema de Universidad Virtual, podría tener también una alta demanda a nivel internacional.
23. Que la Universidad de Guadalajara cuenta actualmente con dos programas de pregrado en el campo de la comunicación: la Licenciatura en Comunicación Pública, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH); y la Licenciatura en Periodismo, que se oferta en dos centros universitarios regionales (Cuciénega y Cusur).
24. Que la Universidad de Guadalajara oferta en la modalidad a distancia el posgrado profesionalizante Maestría en Periodismo Digital; y cuenta con la Maestría en Comunicación, adscrita al Departamento de Estudios de la Comunicación Social, uno de los centros de investigación con más producción académica de calidad en ese campo del conocimiento a nivel nacional e internacional.



25. Que desde el 2009 el Sistema de Universidad Virtual a través del Centro de Formación en Periodismo Digital ha ofrecido educación continua en materia de gestión, conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías en el ámbito periodístico. Se ha capacitado y profesionalizado en modalidad a distancia y mixta a más de 600 periodistas, comunicadores y académicos de México y de otros 24 países.
26. Que a lo largo de tres años, el Sistema de Universidad Virtual ha logrado integrar una red de expertos asesores en periodismo digital, que ayudará a consolidar la planta de investigadores y académicos especializados en el campo de la comunicación con los que cuenta la Universidad de Guadalajara, por lo que la fortaleza académica de la institución es amplia y pertinente para abrir un programa e Nivelación de Licenciatura en Periodismo en la modalidad a distancia o en línea.
27. Que la oferta educativa en ambientes virtuales de aprendizaje o en la modalidad a distancia se ha caracterizado por su alta flexibilidad, ya que atiende a personas con necesidades de profesionalización y formación que requieren de una oferta educativa posible de ser cursada sin abandono del trabajo.
28. Que en el caso del periodismo y la comunicación, el ámbito laboral se convierte en fuente principal de la formación, ya que la práctica es requerida, y las problemáticas reales constituyen los objetos de intervención del currículum, de ahí que la Nivelación de Licenciatura en Periodismo se haya diseñado para ser ofertada en la modalidad a distancia.
29. Que los programas educativos diseñados en la modalidad a distancia tienen en común y como ventajas competitivas:



- Su diseño y oferta en vinculación con organizaciones o grupos del sector productivo o a través de redes de formación e investigación: la modalidad a distancia y la formación en ambientes virtuales suele ser una respuesta pertinente y factible para atender a poblaciones con necesidades de formación que no suelen ser atendidas por la oferta educativa convencional y escolarizada. Asimismo los entornos virtuales facilitan el trabajo de las redes de formación e investigación independientemente de la ubicación geográfica de sus integrantes.
- Esta tendencia a la conformación de redes de formación aprovechando la potencialidad de los entornos virtuales, ayuda a consolidar la vinculación entre universidad y sector productivo tan requerida y buscada a través de diversas estrategias. En el caso de la Nivelación de la Licenciatura en Periodismo, el campo de conocimiento es idóneo para impartirse en un ambiente de aprendizaje virtual, pues su modelo académico se enfoca en la gestión del conocimiento y el aprendizaje en ambientes virtuales, articulándose dentro de la problemática que supone el desarrollo y evolución de las TIC y la transformación del periodismo y del campo de las Ciencias de la Comunicación.
- Otra característica común de los programas an línea es que basan su aprendizaje en problemáticas que requieren de un marco de contextualización local-global, demostrando una ventaja formativa en la integración de grupos compuestos por personas ubicadas en distintas regiones, como parte de una estrategia para incidir en el reconocimiento de parámetros y formas de actuación que definan un campo profesional emergente.
- El cambio constante de las tecnologías disponibles y su evolución, hace que siempre estén identificadas como "nuevas tecnologías", y se aplique



Exp. 021

Dictamen Núm. I/2012/

el adjetivo "nuevas" a las tecnologías de información y comunicación, que son las que están caracterizando los modos de producción de conocimiento en la era postindustrial. La deslocalización de las nuevas tecnologías, su extraterritorialidad y ubicuidad, colocan al campo como necesario de tratamiento desde ópticas multidisciplinares, inter-institucionales e internacionales, atributos que colocan a la modalidad a distancia como la mejor estrategia para la conformación de redes de formación e investigación.

- Todos los programas educativos ofrecidos en ambientes virtuales de aprendizaje, por el Sistema de Universidad Virtual tienen un alto componente de innovación de las prácticas por la introducción de dos elementos: por una parte la sistematización informativa propia de la práctica profesional y la gestión del conocimiento con uso de tecnologías de información y comunicación; y como segundo elemento la formación basada en la gestión de proyectos.
- Surgen ante la observación de demanda explícita de una población ya definida en sus intereses de formación, a través de programas formales y de educación continua en la propia universidad, así como de los egentes implicados en el desarrollo de esos programas formativos, provenientes de diversas organizaciones y universidades.
- La operación es totalmente en línea a través de diversos dispositivos tecnológicos para apoyar el estudio independiente, el seguimiento de proyectos, la asesoría y la colaboración entre pares.

30. Que la Universidad de Guadalajara tiene convenios de colaboración con centros e instituciones nacionales e internacionales que se especializan en la formación de periodistas y comunicadores, tales como el Centro Internacional



Exp. 021

Dictamen Núm. I/2012/

para Periodistas (International Center For Journalists) y la Universidad Pontificia Bolivariana, por lo que se podrán establecer redes de colaboración académica para trabajar en laboratorios virtuales o remotos, en la codirección de proyectos, intercambio de profesores y expertos disciplinares y en investigaciones de fenómenos enfocados en el periodismo.

31. Que el Consejo del Sistema de Universidad Virtual, en sesión ordinaria celebrada el día 29 de noviembre del 2011, aprobó la creación del programa académico de la Nivelación de la Licenciatura en Periodismo.
32. Que el objetivo general de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo es certificar, acreditar y nivelar la experiencia y formación de los periodistas y comunicadores que no cuenten con estudios superiores en periodismo o que no tengan el título de licenciatura en ese campo profesional.

Objetivos específicos:

- a. Desarrollar capacidades y habilidades para la planeación, producción y difusión de productos periodísticos de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- b. Desarrollar las habilidades necesarias para la identificación, evaluación y diagnóstico de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística.
- c. Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos, estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y áreas de producción y comunicación de información en organizaciones de medios de los ámbitos público y privado.
- d. Ampliar las capacidades para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando aplicaciones, tecnologías y herramientas de la información y la comunicación.



Exp. 021

Dictamen Núm. I/2012/

- e. Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

33. Que el aspirante a ingresar a la nivelación deberá contar con los siguientes conocimientos, capacidades y habilidades:

- Capacidad para identificar fenómenos y problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información.
- Habilidad para el trabajo colaborativo y en red.
- Capacidad para innovar, producir conocimientos y alcanzar metas y resultados en el campo del periodismo y la comunicación.
- Actitud de servicio y compromiso social para mejorar el entorno a través de un trabajo profesional y ético.
- Capacidad para redactar de forma clara y precisa.
- Poseer conocimientos básicos en computación y navegación en Internet.
- Capacidad de autogestión en la búsqueda de información y la organización del tiempo de dedicación al programa de nivelación.

34. Que al terminar el programa, los egresados tendrán el siguiente perfil:

- Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística.
- Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.



Exp. 021

Dictamen Núm. I/2012/

- Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo.
- Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación.
- Habilidad para planear y generar productos informativos en ambientes virtuales a través del uso de herramientas, tecnologías, aplicaciones y plataformas digitales.
- Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos.
- Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.
- Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación.
- Actitud de liderazgo para gestionar, emprender y administrar su propia empresa informativa.

35. Que el programa académico de la Nivelación de Licenciatura en Periodismo pretende ocupar como campos o áreas de desempeño profesional:

- a. Campo de la producción y comunicación periodísticas. En la generación de productos informativos de calidad y desarrollando e implementando estrategias para la mejora y la digitalización de procesos de producción y difusión de información en organizaciones de medios públicas y privadas.



Exp. 021

Dictamen Núm. 1/2012/

- b. Campo de los servicios informativos a la sociedad. Evaluando y diagnosticando procesos y servicios de difusión de información para la sociedad. Generando proyectos para mejorar y satisfacer las necesidades de comunicación de las audiencias y usuarios de productos y servicios informativos de un medio de comunicación.
 - c. Campo o área editorial y administrativa de la organización editorial. Evaluando e implementando estrategias para la mejora y optimización de los procesos y espacios editoriales, administrativos y comerciales de las empresas informativas.
 - d. Campo particular. Generando, gestionando y administrando su propio medio informativo.
36. Que se cuenta con Profesores de Tiempo Completo (PTC), que son expertos disciplinares en el campo de la comunicación y el periodismo, y que tienen experiencia en la modalidad de enseñanza a distancia. Además, se incluyen profesores de asignatura que cuentan con el perfil pertinente y que apoyarán al programa.
37. Que el Sistema de Universidad Virtual cuenta con la infraestructura tecnológica adecuada y suficiente para poner en operación el programa académico de la Nivelación de la Licenciatura en Periodismo bajo la modalidad virtual o en línea.
38. Que se considera que la propuesta de crear en la Universidad de Guadalajara la Nivelación de Licenciatura en Periodismo en la modalidad a distancia, es pertinente y necesaria en el contexto social actual, ya que ofrecerá un espacio académico accesible para que los periodistas y



comunicadores que deseen nivelar, actualizar y profesionalizar su formación, puedan hacerlo sin verse obligados a abandonar su trabajo.

39. Que el Sistema de Universidad Virtual, cuenta con la infraestructura, equipo y personal académico necesario para la administración del programa.

En virtud de los resultandos antes expuestos, y

C o n s i d e r a n d o:

- I. Que la Universidad de Guadalajara es un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo local el día 15 de enero de 1994, en ejecución del decreto número 15319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II. Que como lo señalan las fracciones I, II y IV del artículo 5 de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, en vigor, son fines de esta Casa de Estudios la formación y actualización de los técnicos, bachilleres, técnicos profesionales, profesionistas, graduados y demás recursos humanos que requiere el desarrollo socio-económico del Estado; organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; y coadyuvar con las autoridades educativas competentes en la orientación y promoción de la educación media superior y superior, así como en el desarrollo de la ciencia y la tecnología.
- III. Que es atribución de la Universidad realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3 de la Constitución Federal, así como la de establecer las aportaciones de cooperación y recuperación por



Exp. 021

Dictamen Núm. I/2012/

los servicios que presta, tal y como se estipula en las fracciones III y XII del artículo 6 de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara.

- IV. Que de acuerdo con el artículo 22 de su Ley Orgánica, la Universidad de Guadalajara adoptará el modelo de Red para organizar sus actividades académicas y administrativas.
- V. Que es atribución del H. Consejo General Universitario, de acuerdo a lo que indica el último párrafo del artículo 21 de la Ley Orgánica de esta Casa de Estudios, fijar las aportaciones respectivas a que se refiere la fracción VII del numeral antes citado.
- VI. Que es atribución del Consejo General Universitario, conforme lo establece el artículo 31, fracción VI de la Ley Orgánica y el artículo 39, fracción I del Estatuto General, crear, suprimir o modificar carreras y programas de posgrado y promover iniciativas y estrategias para poner en marcha nuevas carreras y posgrados.
- VII. Que el H. Consejo General Universitario funciona en pleno o por comisiones, las que pueden ser permanentes o especiales, como lo señala el artículo 27 de la Ley Orgánica.
- VIII. Que es atribución del Rector General proponer ante el Consejo General Universitario proyectos para la creación, modificación o supresión de planes y programas académicos, según lo establece el artículo 95, fracción IV, del Estatuto General de esta Casa de Estudios.
- IX. Que es atribución de la Comisión de Educación conocer y dictaminar acerca de las propuestas de los Consejeros, el Rector General o de los Titulares de los Centros, Divisiones y Escuelas, así como proponer las medidas



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021

Dictamen Núm. I/2012/

necesarias para el mejoramiento de los sistemas educativos, los criterios de innovaciones pedagógicas, la administración académica y las reformas de las que estén en vigor, conforme lo establece el artículo 85, fracciones I y IV del Estatuto General.

- X. Que la Comisión de Educación, tomando en cuenta las opiniones recibidas, estudiará los planes y programas presentados y emitirá el dictamen correspondiente -que deberá estar fundado y motivado-, y se pondrá a consideración del H. Consejo General Universitario, según lo establece el artículo 17 del Reglamento General de Planes de Estudio de esta Universidad.
- XI. Que de conformidad al artículo 86, fracción IV del Estatuto General, es atribución de la Comisión de Hacienda proponer al Consejo General Universitario el proyecto de aranceles y contribuciones de la Universidad de Guadalajara.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, los integrantes de estas Comisiones Permanentes Conjuntas de Educación y de Hacienda se permiten proponer al pleno del H. Consejo General Universitario los siguientes

R e s o l u t i v o s :

PRIMERO. Se aprueba la creación del Programa Académico de la Nivelación de la Licenciatura en Periodismo, bajo el sistema de créditos en la modalidad a distancia, para operar en el Sistema de Universidad Virtual, a partir de la aprobación del presente dictamen.

SEGUNDO. El plan de estudios contiene áreas determinadas -con un valor de créditos asignados a cada materia y un valor global de acuerdo con los



requerimientos establecidos por área, para ser cubiertos por los alumnos- y se organiza conforme a la siguiente estructura:

Áreas de Formación	Créditos	%
Área de Formación Básica Común	70	23
Área de Formación Básica Particular Obligatoria	130	42
Área de Formación Especializante Obligatoria	94	31
Área de Formación Optativa Abierta	12	4
Número mínimo total de créditos:	306	100

TERCERO. Las unidades de aprendizaje del Programa Académico de la Nivelación de la Licenciatura en Periodismo, correspondientes a cada área de formación, se organizan como se describe enseguida:

Área de Formación Básica Común						
Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas Teoría	Horas Práctica	Horas Totales	Cred	Prereq
Producción multimedia	CT	42	83	125	12	
Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación	C	75	0	75	10	
Análisis de la percepción y necesidades de los consumidores de información periodística	CT	42	83	125	12	
Evaluación de los servicios informativos a las audiencias	CT	42	83	125	12	
Fundamentación legal de los medios en México	CT	42	83	125	12	
Vinculación comercial e interinstitucional	CT	42	83	125	12	
Totales		285	415	700	70	

Área de Formación Básica Particular Obligatoria						
Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas Teoría	Horas Práctica	Horas Totales	Cred	Prereq
Diseño y técnicas para la investigación periodística	CT	35	70	105	10	



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021

Dictamen Núm. I/2012/

Contextualización de la investigación periodística	C	75	0	75	10	
Ética y deontología del periodismo	C	75	0	75	10	
Construcción de la agenda informativa con base en las necesidades de las audiencias	CT	35	70	105	10	
Escritura para nuevos medios y audiencias	CT	42	83	125	12	
Gestión y administración de audiencias y usuarios	CT	42	83	125	12	
Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio	CT	35	70	105	10	
Diagnóstico de las formas de producción informativa	CT	42	83	125	12	
Innovación en la difusión informativa	CT	35	70	105	10	
Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio	CT	35	70	105	10	
Problematización de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos	CT	42	83	125	12	
Optimización de los procesos y espacios de producción informativa	CT	42	83	125	12	
Totales		535	765	1300	130	

Área de Formación Especializante Obligatoria						
Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas		Horas Totales	Cred	Prerreq
		Teoría	Práctica			
Proyecto 1	CT	72	83	155	16	
Proyecto 2	CT	72	83	155	16	
Proyecto 3	CT	72	83	155	16	
Proyecto 4	CT	72	83	155	16	
Experiencia profesional en el campo de la comunicación y el periodismo	P	0	0	0	30	
Totales		288	332	620	94	

Área de Formación Optativa Abierta						
Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas	Horas	Horas	Cred	Prerreq



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021

Dictamen Núm. 1/2012/

		Teoría	Práctica	Totales		
Curso de Apoyo I	CT	20	40	60	6	
Curso de Apoyo II	CT	20	40	60	6	
Curso de Apoyo III	CT	20	40	60	6	
Curso de Apoyo IV	CT	20	40	60	6	

CUARTO. Los 30 créditos que se refieren a la experiencia en el campo profesional de la comunicación y el periodismo, se obtendrán presentando constancias de trabajo y/o portafolio con evidencias de producciones periodísticas de por lo menos cinco años.

QUINTO. Los prerrequisitos para cursar las materias del plan de estudios y las trayectorias escolares de los estudiantes serán determinados por el Coordinador de Carrera.

SEXTO. Los cursos se deberán acreditar en periodo ordinario mediante la evaluación continua del curso en el transcurso del ciclo escolar. En caso de que por cualquier circunstancia no se logre una calificación aprobatoria durante este periodo, se requerirá repetir el curso, debiendo aprobarlo en el periodo inmediato siguiente en que se ofrezca.

SÉPTIMO. A fin de favorecer la movilidad estudiantil y la internacionalización de los planes de estudio, será válido que los alumnos de este programa, además del bloque de materias presentado, tomen cursos que a juicio y con aprobación del Coordinador de Carrera, sean equivalentes en cualquiera de las áreas de formación, que sean ofertados por éste Sistema, por otros Centros Universitarios de la Universidad de Guadalajara o por otras instituciones de educación superior nacionales y extranjeras.



OCTAVO. Los requisitos de ingreso para el programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo, además de los exigidos por la normatividad universitaria aplicable, son los siguientes:

- Aprobar el curso de selección o examen de admisión que aplique el Sistema de Universidad Virtual.
- Experiencia profesional comprobable en el campo de la comunicación y el periodismo de por lo menos cinco años. Presentar constancias de trabajo y/o portafolio con evidencias de producciones periodísticas.
- Contar con al menos 25 años cumplidos.
- Certificado de preparatoria.
- Presentar currículum vitae.
- Demostrar la competencia de lecto-comprensión del idioma inglés (Nivel B1).
- Asistir a entrevista con miembros de la Academia de Periodismo Digital.
- Presentar carta de exposición de motivos para cursar el programa a manera de autobiografía.
- Los demás que marque la normatividad universitaria.

NOVENO. Los requisitos de permanencia en el programa serán los que al respecto establezca la normatividad universitaria sobre el tema, pudiendo concluir sus estudios en lapsos iguales o menores a través de exámenes de acreditación por competencias.

En caso de que un estudiante interrumpa sus estudios por un periodo igual o mayor de tres años, a su regreso deberá aprobar el examen global por competencias que se establezca.



- DÉCIMO.** Los requisitos para obtener el grado de Licenciado en Periodismo son:
- Haber aprobado la totalidad de los créditos en la forma establecida por el presente dictamen;
 - Haber cumplido con el servicio social asignado de acuerdo a la normatividad vigente;
 - Cumplir con alguna de las modalidades de titulación establecidas en la normatividad vigente; y
 - Las demás que marca la normatividad universitaria.

DÉCIMO PRIMERO. Los certificados se expedirán como Licenciatura en Periodismo; el título se expedirá como Licenciado en Periodismo.

DÉCIMO SEGUNDO. Los aspirantes a ingresar al programa Nivelación de Licenciatura en Periodismo aportarán como pago único por concepto de inscripción el equivalente a 25.4 días de salario mínimo vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara.

Los estudiantes tendrán que realizar una aportación semestral equivalente a 27.8 días de salario mínimo vigente en la zona metropolitana de Guadalajara.

En el caso de los estudiantes extranjeros se incrementarán los costos en un 10% a los montos establecidos.

DÉCIMO TERCERO. La duración del programa de Nivelación de Licenciatura en Periodismo es de 4 (cuatro) ciclos escolares, los cuales serán contados a partir del momento de su aceptación en el programa.

DÉCIMO CUARTO. El costo de operación e implementación de este programa educativo será cargado al techo presupuestal que tiene autorizado el Sistema de Universidad Virtual. Los recursos generados por concepto de las cuotas de inscripción y recuperación, más los que se gestionen con instancias



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021

Dictamen Núm. I/2012/

patrocinadoras externas, serán canalizados a la sede correspondiente de este programa educativo.

DÉCIMO QUINTO. Facúltese al Rector General de la Universidad de Guadalajara para que ejecute el presente dictamen en los términos del artículo 35, fracción II de la Ley Orgánica.

A t e n t a m e n t e

"PIENSA Y TRABAJA"

Guadalejara, Jal.; 8 de octubre de 2012

Comisiones Permanentes Conjuntas de Educación y de Hacienda

Dr. Marco Antonio Cortés Guardado

Presidente

Mtro. Pablo Arredondo Ramírez

Dra. Ruth Padilla Muñoz

Dr. Héctor Raúl Pérez Gómez

Mtro. Tonatiuh Bravo Padilla

Mtra. Alicia Gómez López

Dr. Martín Vargas Magaña

C. Juan Arnulfo García Michel

C. Marco Antonio Núñez Becerra

Lic. José Alfredo Peña Ramos
Secretario de Actas y Acuerdos

PROPUESTA: VERSIÓN OCTUBRE 8 DE 2012
COORDINACIÓN DE INNOVACIÓN EDUCATIVA Y PREGRADO
MTRA. PATRICIA ROSAS CHAVEZ
APOYO TÉCNICO



H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO P R E S E N T E

A estas Comisiones Permanentes Conjuntas de Educación y Hacienda ha sido turnado por el Consejo del Sistema de Universidad Virtual, el dictamen SUV/05/2012, de fecha 23 de febrero del 2012, en el que se crea el plan de estudios de la Licenciatura en Periodismo Digital, bajo el sistema de créditos y en la modalidad a distancia, a partir de la aprobación del presente dictamen y

Resultando:

1. Que la consolidación democrática de un país está íntimamente ligada con la calidad de los sistemas de comunicación con los que se mantiene informada a la sociedad. La función social de un periodista es interpretar y analizar hechos, información y acontecimientos para explicarlos y comunicarlos de forma veraz y oportuna a los ciudadanos; de ahí que el rol social de este profesional sea vital para el buen funcionamiento de la democracia y para la construcción de una sociedad más crítica y participativa.
2. Que si los ciudadanos están bien informados sobre los asuntos de interés público, que les afectan e interesan, tendrán elementos para entender los temas de interés colectivo general; por tal razón el trabajo y función profesional del periodista contribuye de manera profunda al conocimiento, análisis y discusión de las problemáticas sociales contemporáneas.
3. Que en los últimos años, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han transformado prácticamente todos los ámbitos de la vida social, afectando de forma particular los procesos relacionados con la producción, distribución y comunicación de información.
4. Que los cambios tecnológicos han impulsado el surgimiento de nuevos medios y la adaptación de medios tradicionales a las necesidades que impone el contexto social en la era digital, donde confluyen tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana.
5. Que alrededor del mundo, los diferentes medios, los comunicadores y los periodistas han visto llegar nuevas herramientas, aplicaciones y plataformas tecnológicas que les permiten producir, gestionar y difundir información.
6. Que poco a poco, las tendencias a nivel internacional permean la realidad laboral del país y vuelven imperante profesionalizar y actualizar las



conocimientos, habilidades y competencias de quienes ejercen en el campo de la comunicación y el periodismo.

7. Que el entorno social actual demanda a los periodistas un dominio más amplio de competencias relacionadas con el uso y la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación, pero además se vuelve necesario que estos profesionales dominen competencias relacionadas con la contextualización, la investigación y el análisis de problemáticas y fenómenos sociales contemporáneos.
8. Que en un contexto donde convergen la tecnología y los medios de comunicación, estableciendo nuevos modelos productivos en las empresas de información, es de suma importancia actualizar, nivelar y adaptar a las necesidades sociales los perfiles profesionales, dando énfasis a un mayor uso, dominio y conocimiento de plataformas y aplicaciones tecnológicas, pero sobre todo, poniendo énfasis en el desarrollo de competencias para el análisis, la investigación e innovación en el campo de la comunicación.
9. Que en México existe una gran concentración de medios, pues sólo dos cadenas de televisión dominan el espectro televisivo: Televisa, con más de 257 canales y TV Azteca con 180. En el caso de la radiodifusión, doce cadenas se reparten los 820 estaciones de radio que existían a finales de 2009 a nivel nacional.
10. Que conscientes de la alta concentración de los sistemas de medios de comunicación en nuestro país, uno de los retos más grandes que tienen las universidades que ofertan programas educativos de periodismo y comunicación es dotar a sus alumnos de las competencias que les permitan generar plataformas noticiosas donde difundan información plural y de calidad.
11. Que de acuerdo con el estudio de pertinencia y factibilidad para periodismo llevado a cabo por el Sistema de Universidad Virtual y que se aplicó a 45 periodistas y cinco directivos de distintas organizaciones de medios de la Zona Metropolitana de Guadalajara y del Distrito Federal, el 50 por ciento de los entrevistados cree que son mejor pagados los periodistas que saben utilizar las tecnologías de la información y que se capacitan o actualizan de forma permanente¹.

¹ Ver resultados generales del *Estudio de Pertinencia y Factibilidad para Periodismo*. Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara. Agosto de 2011. ANEXO I



12. Que en cuanto a las necesidades de profesionalización, los intereses de los periodistas consultados se centran en el uso de herramientas digitales y plataformas tecnológicas para la difusión y producción de información, así como en el manejo de habilidades y competencias para la redacción de contenidos en Internet. Además, los cinco directivos de medios mencionaron que entre las habilidades más importantes que buscan al contratar periodistas están la capacidad de análisis y de investigación, dos de las competencias genéricas que se consideran en el currículo del programa educativo de la Licenciatura en Periodismo Digital.
13. Que atendiendo al contexto social descrito y a las necesidades de formación y profesionalización de periodistas y comunicadores, la Universidad de Guadalajara, a través del Sistema de Universidad Virtual, propone crear la Licenciatura en Periodismo Digital.
14. Que el estudio "*Necesidades de Formación para Medios Digitales en América Latina*", coordinada por Guillermo Franco en 2009, revela que entre las necesidades de formación y profesionalización de 588 comunicadores entrevistados está: aprender a crear productos multimedia (26%), escribir para Internet (22%) y aprender a administrar y gestionar comunidades y usuarias de Internet (11%). Todas estas habilidades están consideradas en el programa de Licenciatura en Periodismo Digital².
15. Que la pertinencia de ofrecer la Licenciatura en Periodismo Digital se sustenta tanto en los resultados sobre las necesidades de formación de periodistas y comunicadores arrojados en los estudios antes citados, así como en el contexto social descrito sobre la gran cantidad de medios que existen en el país, donde hay cientos de "periodistas" formados empíricamente, con carreras trunca o sin una formación universitaria en el campo de la comunicación y el periodismo; esto debido a que durante muchos años para ejercer en esa área los medios de comunicación no exigían el título.
16. Que el diseño curricular de la licenciatura se ancla precisamente en las competencias genéricas de la investigación y el análisis y da un peso importante a la dimensión ética de la profesión; aunque también está enfocada a reforzar las habilidades para la evaluación y el diagnóstico de sistemas y procesos informativos.

² El estudio fue financiado por la Fundación Periodismo Iberoamericano (FNPI) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Versión digital disponible en la página:

http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/AECID/Documentos_AECID/fnpi_sondeo-1.pdf



17. Que la necesidad de la Licenciatura en Periodismo Digital, no sólo se justifica con el aspecto social, sino que también el aspecto institucional verifica su necesidad, pues en el año 2010 se cumplieron 50 años de la existencia de programas académicos dedicados al estudio de la comunicación y el periodismo en México.

En el estudio denominado "Mapa de los Centros y Programas de Formación de Comunicadores y Periodistas en América Latina y el Caribe (Unesco-Felafacs, 2009)", en el capítulo correspondiente a México, se señala que de acuerdo con datos del periodo 2006-2007 de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), hay 462 programas de Comunicación y sus subespecialidades; de esos, más de 40 se especializan en la formación profesional del periodismo³.

De acuerdo con datos de la ANUIES la distribución de los programas de Comunicación en el país se da de la siguiente manera: Centro (34.40%); Centro Occidente (19.50%); Sur-Sureste (17.90); Noreste (17.20%); Noroeste (11%).

Si consideramos los datos de la ANUIES, a nivel nacional la carrera de comunicación se ofrece en más de 45 especializaciones, muchas de ellas tienen una orientación formativa en ingeniería para el desarrollo de tecnologías y no con fines de comunicación periodística.

18. Que considerando los datos de los estudios mencionados, la Licenciatura en Periodismo Digital es pertinente y necesaria porque puede darles a los futuros periodistas las bases y competencias para que generen y gestionen sus propios proyectos de periodismo digital y multimedia, lo que además de permitirles convertirse en emprendedores, constituiría una gran aportación para el sistema de medios y abriría la posibilidad de ampliar la oferta informativa en la región y en México.
19. Que la Universidad de Guadalajara cuenta actualmente con dos programas de pregrado en el campo de la comunicación: la Licenciatura en Comunicación Pública, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y

³ María Antonieta Rebell coordinó el estudio en México y fue financiado por la UNESCO y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Resultados disponibles en línea en la página:

<http://www.felafacs.org/unesco/>

El *Catálogo de Carreras de Licenciatura en Universidades e Institutos Tecnológicos (2007)*, editado por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) también está en línea:

http://www.anui.es/servicios/c_licenciatura/index2.php



Humanidades (CUCSH); y la Licenciatura en Periodismo, que se oferta en dos centros universitarios regionales (Cuciénega y Cusur).

20. Que la Universidad de Guadalajara oferta, en la modalidad o distancia, el posgrado profesionalizante Maestría en Periodismo Digital; y cuenta con la Maestría en Comunicación, adscrita al Departamento de Estudios de la Comunicación Social, uno de los centros de investigación con más producción académica de calidad en ese campo del conocimiento, a nivel nacional e internacional.
21. Que desde 2009, el Sistema de Universidad Virtual, a través del Centro de Formación en Periodismo Digital, ha ofrecido educación continua en materia de gestión, conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías en el ámbito periodístico. Se ha capacitado y profesionalizado en modalidad a distancia y mixta a más de 600 periodistas, comunicadores y académicos de México y de otros 24 países.
22. Que a lo largo de tres años, el Sistema de Universidad Virtual ha logrado integrar una red de expertos asesores en periodismo digital que ayudará a consolidar la planta de investigadores y académicos especializados en el campo de la comunicación, con que cuenta la Universidad de Guadalajara, por la que la fortaleza académica de la institución es amplia y pertinente para abrir la Licenciatura en Periodismo Digital en la modalidad a distancia o en línea.
23. Que la oferta educativa en ambientes virtuales de aprendizaje o en la modalidad a distancia se ha caracterizado por su alta flexibilidad, ya que atiende a personas con necesidades de profesionalización y formación que requieren de una oferta educativa posible de ser cursada sin abandono del trabajo.
24. Que en el caso del periodismo y la comunicación, el ámbito laboral se convierte en fuente principal de la formación, ya que la práctica en las problemáticas reales constituye el currículum; de ahí que la Licenciatura en Periodismo Digital se haya diseñado para ser ofertada en la modalidad a distancia.
25. Que los programas educativos diseñados en la modalidad a distancia tienen en común y como ventajas competitivas:
 - Su diseño y oferta en vinculación con organizaciones o grupos del sector productivo o a través de redes de formación e investigación; la modalidad a distancia y la formación en ambientes virtuales suele ser una respuesta pertinente y factible para atender a poblaciones con



necesidades de formación que no suelen ser atendidas por la oferta educativa convencional y escolarizada. Asimismo los entornos virtuales facilitan el trabajo de las redes de formación e investigación, independientemente de la ubicación geográfica de sus integrantes.

- Esta tendencia a la conformación de redes, aprovechando la potencialidad de los entornos virtuales, ayuda a consolidar la vinculación entre universidad y sector productivo tan requerida y buscada a través de diversas estrategias. En el caso de la Licenciatura en Periodismo Digital, el campo de conocimiento es idóneo para impartirse en un ambiente de aprendizaje virtual, pues su modelo académico se enfoca a la gestión del conocimiento y el aprendizaje en ambientes virtuales, articulándose dentro de la problemática que supone el desarrollo y evolución de las TIC y la transformación del periodismo y del campo de las Ciencias de la Comunicación.
- Otra característica común de los programas en línea es que basan su aprendizaje en problemáticas que requieren de un marco de contextualización local-global, demostrando una ventaja formativa en la integración de grupos compuestos por personas ubicadas en distintas regiones, como parte de una estrategia para incidir en el reconocimiento de parámetros y formas de actuación que definen un campo profesional emergente.
- El cambio constante de las tecnologías disponibles y su evolución, hace que siempre estén identificadas como novedosas. Se aplica el adjetivo "nuevas" a las tecnologías de información y comunicación (TIC), ya que son las que están caracterizando los modos de producción de conocimiento en la era postindustrial. La deslocalización de las nuevas tecnologías, su extraterritorialidad y ubicuidad, colocan al campo como necesario de tratamiento desde ópticas multidisciplinarias, inter-institucionales e internacionales, atributos que hacen de la modalidad a distancia la mejor estrategia para la conformación de redes de formación e investigación.
- Todos los programas educativos ofrecidos en ambientes virtuales de aprendizaje, por el Sistema de Universidad Virtual, tienen un alto componente de innovación de las prácticas por la introducción de dos elementos: por una parte la sistematización informativa propia de la práctica profesional y la gestión del conocimiento con uso de tecnologías de información y comunicación; y como segunda elemento, la formación basada en la gestión de proyectos.
- Este tipo de programas surge ante la observación de demanda explícita de una población ya definida en sus intereses de formación, a través de programas formales y de educación continua en la propia universidad, así



como de los agentes implicados en el desarrollo de esos programas formativos, provenientes de diversas organizaciones y universidades.

- La operación es totalmente en línea, a través de diversos dispositivos tecnológicos, para apoyar el estudio independiente, el seguimiento de proyectos, la asesoría y la colaboración entre pares.

26. Que la Universidad de Guadalajara tiene convenios de colaboración con centros e instituciones nacionales e internacionales que se especializan en la formación de periodistas y comunicadores, tales como el Centro Internacional para Periodistas (*International Center For Journalists*) y la Universidad Pontificia Bolivariana, por lo que se podrán establecer redes de colaboración académica para trabajar en laboratorios virtuales o remotos, en la codirección de proyectos, intercambio de profesores y expertos disciplinares y en investigaciones de fenómenos enfocados en el periodismo.

27. Que el objetivo general de la Licenciatura en Periodismo Digital es profesionalizar y actualizar la formación y experiencia profesional de periodistas en los procesos de producción, investigación, evaluación, gestión y comunicación de productos y servicios informativos en ambientes virtuales, con el fin de mejorar y ampliar la oferta noticiosa en la sociedad de la información en la era digital.

Objetivos particulares

- a. Desarrollar capacidades y habilidades para la planeación, producción y difusión de productos periodísticos de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación;
- b. Desarrollar habilidades para la identificación, evaluación y diagnóstica de problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información periodística;
- c. Desarrollar las competencias para la elaboración de proyectos, estrategias y propuestas de intervención para la mejora de procesos y áreas de producción y comunicación de información en organizaciones de medios de los ámbitos público y privado;
- d. Ampliar las capacidades para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando aplicaciones, tecnologías y herramientas de la información y la comunicación;
- e. Generar una visión analítica y perceptiva de las necesidades de información de la población, que coadyuve a construir un sistema de medios más plural, independiente y democrático.

28. Que el aspirante a ingresar a la licenciatura deberá contar con los siguientes conocimientos, capacidades y habilidades:



- a. Capacidad para identificar fenómenos y problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información;
- b. Habilidad para el trabajo colaborativo y en red;
- c. Actitud de servicio y compromiso social para mejorar el entorno a través de un trabajo profesional y ético;
- d. Capacidad para redactar de forma clara y precisa;
- e. Poseer conocimientos básicos en computación y navegación en Internet;
- f. Capacidad de autogestión en la organización del tiempo que dedicará al programa de licenciatura.

Este perfil se evaluará mediante los procesos de selección que la coordinación de la carrera decida implementar.

29. Que al cursar el programa de la Licenciatura en Periodismo Digital los egresados tendrán el siguiente perfil:

- a. Pensamiento crítico, analítico y reflexivo para aplicar en cada intervención profesional los principios de la responsabilidad, la independencia editorial, la imparcialidad, el compromiso social en favor del interés común, y la ética periodística;
- b. Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas;
- c. Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo;
- d. Iniciativa para generar espacios de reflexión y de trabajo conjunto entre profesionales de la información y la comunicación;
- e. Habilidad para planear y generar productos informativos en ambientes virtuales a través del uso de herramientas, tecnologías, aplicaciones y plataformas digitales;
- f. Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC);
- g. Capacidad para diagnosticar mecanismos de interacción y comunicación con las audiencias e implementar estrategias para mejorar la gestión y administración de usuarios de servicios informativos;
- h. Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial;
- i. Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar problemáticas en los procesos de producción de información y deficiencias en los servicios informativos en un medio de comunicación;



- j. Actitud de liderazgo para gestionar, emprender y administrar su propia empresa informativa.
30. Que el programa de Licenciatura en Periodismo Digital pretende ocupar como campos o áreas de desempeño profesional:
- a. Campo de la producción y comunicación periodísticas. En la generación de productos informativos de calidad y desarrollando e implementando estrategias para la mejora y la digitalización de procesos de producción y difusión de información en organizaciones de medios públicas y privadas;
 - b. Campo de los servicios informativos a la sociedad. Evaluando y diagnosticando procesos y servicios de difusión de información para la sociedad. Generando proyectos para mejorar y satisfacer las necesidades de comunicación de las audiencias y usuarios de productos y servicios informativos de un medio de comunicación;
 - c. Campo o área editorial y administrativa de la organización editorial. Evaluando e implementando estrategias para la mejora y optimización de los procesos y espacios editoriales, administrativos y comerciales de las empresas informativas;
 - d. Campo particular. Generando, gestionando y administrando su propio medio informativo.
31. Que se pueden considerar los siguientes rasgos como definitorios del programa de la Licenciatura en Periodismo Digital:
- a. Se trata de un programa diseñado para ser cursado a distancia con un soporte educativo en línea y con acompañamiento de un asesor;
 - b. El programa está estructurado por ejes de formación integrados en función de las siguientes competencias genéricas: investigación, contextualización, producción, comunicación y gestión;
 - c. La naturaleza del diseño de la licenciatura implica que se establezcan acuerdos con instituciones en donde se desenvuelve el profesional del periodismo, a fin de que pueda realizar proyectos, prácticas o tareas que le son asignadas en los cursos;
 - d. El currículum está organizado para que cada ciclo se lleve a cabo un proyecto integrador en donde se manifiesten las competencias establecidas en las asignaturas de la trayectoria que el estudiante haya elegido;
 - e. El currículum requiere, por la razón arriba expuesta, un fuerte trabajo para cada participante en el programa, y a su vez la constante práctica del trabajo en equipo y la colaboración, como elementos intrínsecos de las competencias de la licenciatura;



- f. El programa se administra por créditos, y éstos están calculados en función de la carga horaria destinada a la ejecución de los diversos tipos de tareas: estudio independiente, indagaciones, producciones, prácticas y actividades colaborativas.
32. Que el Consejo del Sistema de Universidad Virtual, en sesión ordinaria celebrada el día 29 de febrero del 2012, se aprobó la creación del plan de estudios de la Licenciatura en Periodismo Digital.
33. Que en la fase de dictaminación también se consideró el acuerdo RGS/001/2012, del Rector General sobre los "Lineamientos para Promover la Flexibilidad Curricular, el Acuerdo de Movilidad y el Programa de Fortalecimiento del Sistema de Administración Escolar".
34. Que se cuenta con profesores de tiempo completo (PTC) que son expertos disciplinares en el campo de la comunicación y el periodismo, y que tienen experiencia en la modalidad de enseñanza a distancia. Además, se incluyen profesores de asignatura que cuentan con el perfil pertinente y que apoyarán al programa.
35. Que el Sistema de Universidad Virtual cuenta con la infraestructura tecnológica adecuada y suficiente para poner en operación el plan de estudios de la Licenciatura en Periodismo Digital, bajo la modalidad virtual o en línea.
36. Que se considera que la propuesta de crear en la Universidad de Guadalajara el plan de estudios de la Licenciatura en Periodismo Digital, en la modalidad a distancia, es pertinente y necesaria en el contexto social actual, ya que ofrecerá un espacio académico accesible para que las deseen formarse, puedan hacerlo sin verse obligados a abandonar su trabajo.

En virtud de los resultados antes expuestos, y

Considerando:

- I. Que la Universidad de Guadalajara es un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo local el día 15 de enero de 1994, en ejecución del decreto número 15319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.



- II. Que como lo señalan las fracciones I, II y IV del artículo 5 de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, en vigor, son fines de esta Casa de Estudios la formación y actualización de los técnicos, bachilleres, técnicos profesionales, profesionistas, graduados y demás recursos humanos que requiere el desarrollo socio-económico del Estado; organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; y coadyuvar con las autoridades educativas competentes en la orientación y promoción de la educación media superior y superior, así como en el desarrollo de la ciencia y la tecnología.
- III. Que es atribución de la Universidad realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3 de la Constitución Federal, así como lo de establecer las aportaciones de cooperación y recuperación por los servicios que presta, tal y como se estipula en las fracciones III y XII del artículo 6 de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara.
- IV. Que de acuerdo con el artículo 22 de su Ley Orgánica, la Universidad de Guadalajara adoptará el modelo de Red para organizar sus actividades académicas y administrativas.
- V. Que es atribución del H. Consejo General Universitario, de acuerdo a lo que indica el último párrafo del artículo 21 de la Ley Orgánica de esta Casa de Estudios, fijar las aportaciones respectivas a que se refiere la fracción VII del numeral antes citado.
- VI. Que es atribución del Consejo General Universitario, conforme la establece el artículo 31, fracción VI de la Ley Orgánica y el artículo 39, fracción I del Estatuto General, crear, suprimir o modificar carreras y programas de posgrado y promover iniciativas y estrategias para poner en marcha nuevas carreras y posgrados.
- VII. Que el H. Consejo General Universitario funcione en pleno o por comisiones, las que pueden ser permanentes o especiales, como lo señala el artículo 27 de la Ley Orgánica.
- VIII. Que es atribución de la Comisión de Educación conocer y dictaminar acerca de las propuestas de los Consejeros, el Rector General o de los Titulares de los Centros, Divisiones y Escuelas, así como proponer las medidas necesarias para el mejoramiento de los sistemas educativos, los criterios de innovaciones pedagógicas, la administración académica y las reformas de



las que estén en vigor, conforme lo establece el artículo 85, fracciones I y IV del Estatuto General.

Que la Comisión de Educación, tomando en cuenta las opiniones recibidas, estudiará los planes y programas presentados y emitirá el dictamen correspondiente -que deberá estar fundado y motivado-, y se pondrá a consideración del H. Consejo General Universitario, según lo establece el artículo 17 del Reglamento General de Planes de Estudio de esta Universidad.

- IX. Que de conformidad al artículo 86, fracción IV del Estatuto General, es atribución de la Comisión de Hacienda proponer al Consejo General Universitario el proyecto de aranceles y contribuciones de la Universidad de Guadalajara.
- X. Es atribución del Consejo del Sistema de Universidad Virtual proponer las modificaciones al Estatuto Orgánico del Sistema y aprobar y proponer todo aquello que mejor el Sistema, de conformidad con lo establecido en las fracciones XIV y XVII de su Estatuto Orgánico.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, los integrantes de estas Comisiones Permanentes Conjuntas de Educación y de Hacienda tienen a bien proponer al pleno del H. Consejo General Universitario los siguientes

Resolutivos:

PRIMERO. Se crea el plan de estudios de la Licenciatura en Periodismo Digital, bajo el sistema de créditos, en la modalidad a distancia, para operar en el Sistema de Universidad Virtual, a partir de la aprobación del presente dictamen.

SEGUNDO. El plan de estudios contiene áreas determinadas -con un valor de créditos asignados a cada materia y un valor global de acuerdo con los requerimientos establecidos por área, para ser cubiertos por los alumnos- y se organiza conforme a la siguiente estructura:

Áreas de Formación	Créditos	%
Área de Formación Básica Común	103	33
Área de Formación Básica Particular Obligatoria	127	40
Área de Formación Especializante Obligatoria	72	23
Área de Formación Optativa Abierta	14	4
Número mínimo total de créditos para optar por el título:	316	100



TERCERO. Las unidades de aprendizaje de la Licenciatura en Periodismo Digital, correspondientes a cada área de formación, se organizan como se describe enseguida:

Área de Formación Básica Común						
Unidades de Aprendizaje	Tipo	Horas Teoría	Horas Práctica	Horas Totales	Cred.	Prereq.
Producción multimedia	CT	42	83	125	12	
Análisis de modelos y nuevos paradigmas de la comunicación	C	75	0	75	10	
Análisis de las necesidades de los consumidores de información periodística	CT	42	83	125	12	
Evaluación de los servicios informativos a las audiencias	CT	42	83	125	12	
Fundamentación legal de los medios en México	CT	42	83	125	12	
Vinculación comercial e interinstitucional	CT	42	83	125	12	
Redacción de géneros informativos	CT	18	97	115	8	
Redacción de géneros interpretativos	CT	18	97	115	8	
Fundamentación legal en medios digitales	CT	63	22	85	9	
Inglés	T	8	112	120	8	
Totales		392	743	1135	103	

Área de Formación Básica Particular Obligatoria						
Unidades de Aprendizaje	Tipo	Horas Teoría	Horas Práctica	Horas Totales	Cred.	
Diseño y técnicas para la investigación periodística	CT	35	70	105	10	
Contextualización de la investigación periodística	C	75	0	75	10	
Ética y deontología del periodismo	C	75	0	75	10	
Construcción de la agenda informativa	CT	35	70	105	10	
Escritura para nuevos medios y audiencias	CT	42	83	125	12	
Gestión y administración de audiencias y usuarios	CT	42	83	125	12	
Análisis de las funciones y políticas editoriales de un medio	CT	35	70	105	10	
Diagnóstico de las formas de producción informativa	CT	42	83	125	12	
Innovación en la difusión informativa	CT	35	70	105	10	



Análisis de las funciones y políticas organizacionales y administrativas del medio	CT	35	70	105	10	
Problemática de los procesos administrativos y editoriales en los medios noticiosos	CT	42	83	125	12	
Investigación de tendencias en el ámbito periodístico	C	71	0	71	9	
Totales		564	682	1246	127	

Área de Formación Especializante Obligatoria						
Unidades de Aprendizaje	Tipo	Horas Teoría	Horas Práctica	Horas Totales	Cred.	Prerreq.
Proyecto I	T	0	173	173	12	
Proyecto II	T	0	173	173	12	
Proyecto III	T	0	173	173	12	
Proyecto IV	T	0	173	173	12	
Proyecto V	T	0	173	173	12	
Proyecto VI	T	0	173	173	12	
Totales		0	1038	1038	72	

Área de Formación Optativa Abierta						
Unidades de Aprendizaje	Tipo	Horas Teoría	Horas Práctica	Horas Totales	Cred.	Prerreq.
Laboratorio I	CT	18	80	98	7	
Laboratorio II	CT	18	80	98	7	
Seminario I	S	41	37	78	7	
Seminario II	S	41	37	78	7	
Taller I	T	15	75	90	7	
Taller II	T	15	75	90	7	

CUARTO. Los prerrequisitos para cursar las materias del plan de estudios y las trayectorias escolares de los estudiantes serán determinados por el Coordinador de Carrera. La permanencia y evaluación de los estudiantes serán acorde a la modalidad del Sistema, al Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad, y demás disposiciones normativas universitarias vigentes.

QUINTO. Los antecedentes académicos necesarios para el ingreso son: bachillerato, aprobar el examen de admisión que aplique el Sistema de



Universidad Virtual y los demás que marque la legislación vigente de la Universidad de Guadalajara.

SEXO. Los periodos de preinscripción, inscripción y reinscripción, serán los que establezca el Sistema de Universidad Virtual para cada promoción o dictamen de ingreso. Una vez admitidos los estudiantes deberán prepararse para el ambiente de aprendizaje propio del programa y la modalidad educativa, mediante la forma y medios que el mismo Sistema establezca.

SÉPTIMO. A fin de favorecer la movilidad estudiantil y la internacionalización de los planes de estudio, será válido que los alumnos de este programa, además del bloque de materias presentado, tomen cursos que a juicio y con aprobación del Coordinador de Carrera, sean equivalentes en cualquiera de las áreas de formación, ya sean ofertados por éste Sistema, por otros Centros Universitarios de la Universidad de Guadalajara o por otras instituciones de educación superior, nacionales y extranjeras.

OCTAVO. Los requisitos para obtener el título de Licenciado en Periodismo Digital son:

- a. Haber aprobado la totalidad de los créditos en la forma establecida por el presente dictamen;
- b. Haber cumplido con el servicio social asignado de acuerdo a la normatividad vigente;
- c. Cumplir con alguna de las modalidades de titulación establecidas en la normatividad vigente; y
- d. Las demás que marca la normatividad universitaria.

NOVENO. Los certificados se expedirán como Licenciatura en Periodismo Digital; el título se expedirá como Licenciado en Periodismo Digital.

DÉCIMO. De conformidad con lo establecido en el Dictamen II/2010/116, de fecha 11 de marzo de 2010, emitido por el Consejo General Universitario, los aspirantes a ingresar al programa de la Licenciatura en Periodismo Digital aportarán como pago único por concepto de inscripción el equivalente a 19.84 días de salario mínimo vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara. Además, tendrán que realizar en cada ciclo escolar, de acuerdo al Resolutivo Primero de dicho Dictamen, el pago que establezca el H. Consejo General Universitario por concepto de matrícula para el nivel licenciatura del Sistema de Universidad Virtual.

En el caso de los estudiantes extranjeros, se incrementarán los costos en un 10% a los montos establecidos.



DÉCIMO PRIMERO. La duración del programa de Licenciatura en Periodismo Digital es de 6 (seis) ciclos escolares, los cuales serán contados a partir del momento de su aceptación en el programa.

DÉCIMO SEGUNDO. El Sistema de Universidad Virtual, en virtud de las atribuciones que la norma universitaria le confiere, podrá gestionar y poner en ejecución un sistema de becas y/o apoyos financieros para los estudiantes del programa que así lo llegasen a solicitar justificadamente, cubriendo los requisitos que para el efecto sean establecidos.

DÉCIMO TERCERO. El costo de operación e implementación de este programa educativo será cargado al techo presupuestal que tiene autorizada el Sistema de Universidad Virtual. Los recursos generados por concepto de las cuotas de inscripción y recuperación, más los que se gestionen con instancias patrocinadoras externas, serán canalizadas a la sede correspondiente de este programa educativo.

DÉCIMO CUARTO. De conformidad a lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la Ley Orgánica, solicítese al C. Rector General resuelva provisionalmente la presente propuesta, en tanto la misma es aprobada por el pleno del H. Consejo General Universitario.

Atentamente
"PIENSA Y TRABAJA"

Guadalajara, Jal.; 26 de febrero de 2013
Comisiones Permanentes Conjuntas de Educación y de Hacienda

Dr. Marco Antonio Cortés Guardado
Presidente

Mtra. Pablo Arredondo Ramírez

Dra. Ruth Padilla Muñoz

Dr. Héctor Raúl Pérez Gómez

Mtro. I. Tonotihu Bravo Padilla



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021
Dictamen Núm. 1/2013


Mtro. Miguel Enrique Magaña Virgen

Dr. Marlín Vargas Magaña

C. Diego Artura Zavala Trejo

C. Marco Antonia Núñez Becerra

Lic. José Alfredo Peña Ramos
Secretario de Actas y Acuerdos


PROPUESTA: VERSIÓN FEBRERO 26 DE 2013
COORDINACIÓN DE INNOVACIÓN EDUCATIVA Y PREGRADO
DRA. PATRICIA ROSAS CHAVEZ
APOYO TÉCNICO