



DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL		Licenciatura	IC291
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
-		Básica Particular	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura	Prerrequisito de % de créditos
Comunicación aplicada	Presencial	Curso-Taller	0 %

Carga horaria

Teoría Práctica Total Créditos

40 40 80 8

Trayectoria de la asignatura

Es una materia básica particular

Contenido del programa

Presentación

Para la adecuada y completa formación del perfil deseable de los alumnos de la licenciatura en **Me r c a d o t e c n i a y N e g o c i o s I n t e r n a c i o n a l e s**, es necesario desarrollar las áreas tradicionales de la producción (gráfica, radial, audiovisual, editorial y multimedia), pero comprender la importancia de nuevos contenidos, orientados hacia otras plataformas digitales como celulares, Palms o iPods, así como también el potencial de las redes sociales (Facebook y Twitter). La asignatura Diseño y producción de comunicación audiovisual, se crea para que los alumnos conozcan y practiquen las diferentes técnicas de diseño, producción y filmación, dirigiendo y editando programas documentales, publicitarios, institucionales y de ficción.

Objetivos del programa

Objetivo general

Dotar a los alumnos de las capacidades y habilidades para que con enfoques novedosos y vanguardistas, estén en la facultad de diseñar y producir la comunicación audiovisual necesaria y pertinente de acuerdo comunicación eficaz y eficiente que requieren los diferentes tipos de organizaciones para lograr sus propósitos de identidad y de imagen corporativa.

Contenido

Contenido temático

UNIDAD 1. Introducción a la comunicación audiovisual.

UNIDAD 2. Diseño y producción de la comunicación audiovisual.

UNIDAD 3. Formato y aplicación de la comunicación audiovisual de acuerdo a la clasificación de los diferentes tipos de organizaciones y al segmento del mercado.

Contenido temático

UNIDAD 1. Introducción a la comunicación audiovisual.

1.1. Medios de comunicación y la sociedad del conocimiento.

1.2. El director de producción y sus equipos de trabajo.

1.3. Principios técnicos.

1.4. Función creadora de la cámara I.

1.5. Función creadora de la cámara II.

1.6. El estudio de televisión.

1.7. Nociones de escenografía.

1.8. Nociones de iluminación.

1.9. Montaje y la edición.

1.10. Realización de espectáculos audiovisuales.

UNIDAD 2. Diseño y producción de la comunicación audiovisual.

2.1. La producción y el proceso de producción audiovisual.

2.2. Estudio del proyecto, financiación y modos de producción.

2.3. El guión audiovisual y multimedia.

2.4. Fases en la creación del guión.

2.5. Diseño y organización de la producción audiovisual.

2.6. El guión audiovisual y multimedia.

2.7. Lenguaje y narrativa audiovisual.

2.8. Captación, registro y postproducción de sonido.

2.9. Técnicas de iluminación (Foto, Vídeo y Cine)

2.10. Dirección de fotografía.

2.11. Técnicas y herramientas en la creación de productos multimedia.

2.12. Técnicas de realización audiovisual.

UNIDAD 3. Formato y aplicación de la comunicación audiovisual de acuerdo a la clasificación de los diferentes tipos de organizaciones y al segmento del mercado.

3.1. Introducción.

3.2. Planteamiento y diseño de discurso racional, emocional y simbólico para recursos audiovisuales.

3.3. Diseño y producción de la información periodística.

3.4. Diseño y producción de la comunicación política.

3.5. Diseño y producción de los formatos y contenidos televisivos de la comunicación infantil.

Actividades prácticas

Exposiciones Trabajos grupales Recopilación de información, Recreación de un sistema de trabajo de la vida profesional de cualquier creativo. lecturas, prácticas en clase colaboraciones en teoría.

• Participación en el evento VIDEAS en el área de mercado demandado

Metodología

Exposiciones de los conceptos por parte del profesor, participación de los alumnos con investigaciones sobre el tema, lecturas críticas, casos de estudio y trabajo en equipo.

Evaluación

Los criterios de evaluación del curso se definen por los miembros de la Academia de Comunicación Aplicada y comprenden los siguientes criterios:

Tareas y trabajos 40%

Proyecto Final	60%
Total	100%

CALENDARIO ESCOLAR PARA EL CICLO 26A CUCEA

- Inicio de clases Lunes 19 de enero de 2026.
- Fin de clases Viernes 29 de mayo de 2026.
- Periodo de exámenes ordinarios 29 de mayo y extraordinarios

SUSPENSIÓN PROGRAMADA DE ACTIVIDADES

Vacaciones de Primavera:

Del lunes 30 de marzo al domingo 12 de abril

Vacaciones de Verano:

Del miércoles 15 de julio al domingo 02 de agosto del 2026.

Días no laborables Los días de descanso establecidos en los contratos colectivos de trabajo celebrados con STAUDEG, serán publicados mediante circulares emitidas por la Secretaría General.

Semana de NEGOMARKET: Del 08 al 14 de mayo de 2026.

SITIOS DE INTERÉS:

Páginas de Departamento:

Facebook: @Deptomktynin

Twitter: @dmin_cucea

Páginas de NEGOMARKET:

Facebook @Negomarketcucea

Instagram @Negomarket.official

Twitter: @NegomarketCUCEA

Página del Centro de Investigación en Mercadotecnia y Negocios Internacionales. (Publicaciones y artículos generados por los profesores del Departamento)

<http://www.cucea.udg.mx/es/investigacion/centros-de-investigacion/centro-de-investigacion-en-mercadotecnia-y-negocios-internacionales>

Bibliografías

Bibliografía

Libro

Diversidad e industria audiovisual : el desafío cultural del siglo XXI (302.2308 DIV 2017)

Albornoz Luis A. (2017) Fondo de Cultura Económica No. Ed Primera Edición

ISBN: 9786071647276

Libro

Cómo ver el mundo : Una nueva introducción a la cultura visual (302.23 MIR 2016)

Mirzoeff Nicholas (2016) PAIDOS No. Ed Primera Edición

ISBN: 9786077472339

Libro

Marketing para medios sociales : un planteamiento estratégico (658.84 MAR 2015)

Barker, Melissa S. (2015) Cengage Learning Editores No. Ed Primera Edición

ISBN: 9786075192109

Libro

Arte y gestión de la producción audiovisual (791.450232 CAR 2015)

Carpio Valdez Santiago (2015) EDICIONES DE LA U No. Ed Primera Edición

ISBN: 9789587622751

Otros materiales

Revista: Artículo: Politeness in the Use of Language in Social Media.

Descripción: Politeness in the Use of Language in Social Media. Chandra OH. Politeness in the Use of Language in Social Media. E3S Web of Conferences. 2021;317:02027. doi:10.1051/e3sconf/202131702027

Revista: Artículo: Parent survey on young child activities. Education Journal.

Descripción: Parent survey on young child activities. Education Journal. 2022;(485):10. Accessed June 30, 2022. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=tfh&AN=156544596&site=ehost-live>

Revista: Artículo : The Practice and Theory of China National Image in Hong Kong Region A Case Study of Film and Television Zhu Guangyao, Wang Yandong.

Descripción: The Practice and Theory of China National Image in Hong Kong Region A Case Study of Film and Television Zhu Guangyao, Wang Yandong. The Practice and Theory of China National Image in Hong Kong Region , and ultraorthodox movements. Journal of Environmental Ed

Revista: Artículo : Soundtrack Matching and Recommendation System of Film and TV Series.

Descripción: Shan Liu, Jiayuan Zhang, Mingyang Liu, Yu Guo, Jiaqi Guo, & Jiacheng Cai. (2020). Soundtrack Matching and Recommendation System of Film and TV Series. <https://doi.org/10.1109/CISP-BMEI51763.2020.9263>

Revista: Collaborative modes of audiovisual media: literature review and conceptual proposal.

Descripción: Balaguer, J, Alberich, J, Studies in Documentary Film, 18, (2024). <https://doi.org/10.1080/17503280.2023.2272772>

Revista: Correcting False Information: Journalistic Coverage During the 2016 and 2020 US Elections.

Descripción: Juarez. C, Anderson. J, Journalism Studies, 25, (2024). <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2293830>

Revista: he role of social media in political communication: how alternative journalists illuminate information in Central America's declining democracies.

Descripción: Pruitt. C, Atlantic Journal of Communication, 32, (2024). <https://doi.org/10.1080/15456870.2023.2292217>

Revista: The use of QR codes to fuel transmedia strategy in the ecosystem of audiovisual media groups.

Descripción: Gallardo. J, Melendo. L, Profesional de la información, 32, (2023). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.16>

Revista: Book review: What Photographs Do: The Making and Remaking of Museum Cultures. Descripción

Descripción: Edwards. E, Ravilious. E, Science Museum Group Journal, (2022).

<https://journal.sciencemuseum.ac.uk/article/book-review-what-photographs-do-the-making-and-remaking-of-museum-cultures/#keywords>

Perfil del profesor

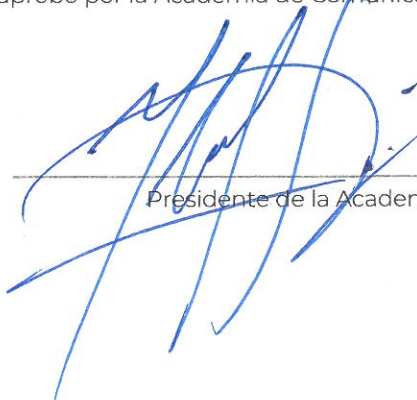
Profesores con experiencia en investigación y con proyectos activos.

Lugar y fecha de su aprobación

Programa aprobado en Reunión de Colegio Departamental, en el Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales en el G 306, en el mes de enero de 2026.

Instancias que aprobaron el programa

Se aprobó por la Academia de Comunicación Aplicada y el Colegio Departamental.



Presidente de la Academia



Centro Universitario de
Ciencias Económicas Administrativas
Departamento de Mercadotecnia
y Negocios Internacionales



Jefe del Departamento