



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: SOCIOLOGÍA
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: BASICA
NIVEL: I
TOTAL DE HORAS: 80
CRÉDITOS: 2
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: SOBA01

1. DESCRIPCIÓN:

La Sociología es un área importante que debe ser conocida por todo aquel que pretenda realizar un trabajo que tenga cualquier tipo de relación con la sociedad. Para los profesionales de la Televisión se convierte en imperante reconocer los procesos sociales que mueven a todo un conglomerado de personas a actuar de una determinada manera producto de la influencia de los Mass Media.

2. OBJETIVO:

Demostrar dominio de las características de las estructuras y relaciones de los grupos que conforman la sociedad en general y la ecuatoriana en particular y su incidencia en los niveles culturales y cognoscitivos de las artes escénicas.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	INTRODUCCIÓN A LA ESTRUCTURA SOCIAL. <ul style="list-style-type: none">Sociología como ciencia. La sociología y su relación con las demás ciencias. Importancia de la sociología en la comunicación social. Breve origen del pensamiento sociológico. Desarrollo del pensamiento sociológico. Paradigmas. Estructura social y cambio social. Interacción y relaciones sociales.
2.	ESTRUCTURA DE LA PERSONALIDAD.

	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización y su naturaleza. Herencia y medio ambiente. Formación de la personalidad. Etapas en el proceso de socialización. Papeles y autoimagen. Desviaciones de la conducta y los problemas que entrañan. Su naturaleza. Reacción de la sociedad.
3.	<p>LA ESTRATIFICACIÓN SOCIAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Naturaleza de la estratificación. Movilidad social y su naturaleza. Sistema de castas. Poder, clase y estatus. La estratificación y la sociedad industrial. Cambio en la estructura de ocupación. Desigualdades estructurales en los países desarrollados y en los países subdesarrollados.
4.	<p>LAS INSTITUCIONES.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La familia, su naturaleza, funciones, tipos. Industrialización. • La familia en los medios sociales de comunicación. La familia en las telenovelas. Religión y otras instituciones. Las instituciones políticas. La investigación sociológica.

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Para lograr un verdadero conocimiento y análisis de la materia, las clases se plantearán entre magistrales y participativas. Por lo que el proceso de enseñanza-aprendizaje es una labor compartida entre estudiantes y profesor.
- Se plantearán lecturas, que el estudiante deberá hacer previo a cada clase, relacionadas con los objetivos específicos buscando que el estudiante llegue a un análisis del proceso de influencia que la TV tiene en la sociedad y donde sus pensamientos deberán tener una orientación crítica y deductiva procurando con ello alcanzar el real éxito del curso.
- Adicionalmente, se promoverá la creatividad e ideas innovadoras como una constante durante el desarrollo de la cátedra.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Identificar los diferentes aspectos del comportamiento social.	DIFERENCIAN los distintos tipos de público o target para desarrollar una adecuada estrategia comunicativa al momento de diseñar y transmitir un mensaje.
Conocer el impacto que los medios de comunicación pueden tener en la sociedad ecuatoriana.	DOMINAN el lenguaje audiovisual y reconocen las diferentes alternativas de contar una historia a través de la

	lente de la cámara entendiendo el impacto y la incidencia que la misma puede tener en el espectador.
Analizar concienzudamente un producto audiovisual desde una óptica social y televisiva.	LIDERAN los procesos con responsabilidad, perseverancia, respeto, solidaridad y disciplina, resaltando la igualdad y equidad de género y razas y evidenciándolos constantemente en sus propuestas audiovisuales como agentes multiplicadores de una conciencia social que promueve el buen vivir.
Descubrir el manejo televisivo frente a la realidad ecuatoriana.	DOMINAN el lenguaje audiovisual y reconocen las diferentes alternativas de contar una historia a través de la lente de la cámara entendiendo el impacto y la incidencia que la misma puede tener en el espectador.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- La evaluación buscará analizar la capacidad de los estudiantes para relacionar los conocimientos, así como el desarrollo de las destrezas y habilidades para aplicar la Sociología a la Comunicación Social.

Se tomará en cuenta lo siguiente:

- Asistencia y Lecturas realizadas fuera de las sesiones 35%
- Investigaciones 35%
- Examen final 30%

7. BIBLIOGRAFÍA:

1. OGBURN, William; MEYER, Nimkoff. "SOCIOLOGÍA". Editorial Aguilar, 1968
2. DE FLEUR, Melvin; BALL – ROKEACH, Sandra. "TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS". Editorial Paidós. México, 1986
3. McQUAIL, Denis. "INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS". Editorial, Paidós, Buenos Aires, 1985.
4. FERRÉS, Joan. "TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN". Editoriales Piados. Barcelona 1994
5. FERRÉS, Joan. "TELEVISIÓN SUBLIMINAL". Editoriales Piados. Barcelona 1994



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: IDIOMA ESPAÑOL I
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: BASICA
NIVEL: I
TOTAL DE HORAS: 160
CRÉDITOS: 4
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: IEBA01

1. DESCRIPCIÓN:

Idioma 1 es una asignatura que se presenta a manera de plan remedial para compensar las falencias en desempeños verbales y lecto – escritos de los estudiantes que ingresan al ITV. Este plan remedial procura compensar las dificultades presentadas con mayor frecuencia en comprensión lectora de textos cotidianos y/o académicos y en redacción de resúmenes.

2. OBJETIVO:

Comprender profundamente textos académicos y cotidianos para hacer resúmenes y denotar la comprensión de tema, subtemas e intención comunicativa del autor, mediante ideogramas, además de escribir diferentes tipos de párrafos, cartas, hojas de vida y afines.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	<ul style="list-style-type: none">• Lectura comprensiva textual de textos varios y elaboración de síntesis.• Lectura comprensiva inferencial de textos varios y elaboración de paráfrasis
2.	<ul style="list-style-type: none">• Lectura comprensiva profunda de textos musicales.

3.	<ul style="list-style-type: none"> • Lectura comprensiva profunda de textos audiovisuales.
4.	<ul style="list-style-type: none"> • Textos de uso cotidiano: Cartas formales • Elaboración de hojas de vida • Elaboración de párrafos varios

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Se utilizará el Modelo constructivista, estrategias de lectura en base a desarrollo de habilidades del pensamiento y habilidades psicolingüísticas, método inductivo – deductivo; estrategias de aprendizaje colaborativo.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Identificar idea principal y secundarias de un párrafo. Identificar tema y subtemas de un texto (lectoescrito y/o audiovisual). Identificar la intención del autor: describir, narrar, argumentar.	CONSTRUYEN Y ORGANIZAN adecuadamente los datos y las ideas plasmándolas en un mensaje a ser transmitido de forma efectiva, coherente y veraz por los diferentes medios de comunicación.
Esquematizar la intención y el contenido del texto leído u observado.	VALORAN la importancia del proceso de observación, análisis e investigación que permite generar productos comunicacionales de calidad.
Resumir la información del texto leído u observado.	VALORAN la importancia del proceso de observación, análisis e investigación que permite generar productos comunicacionales de calidad.
Elaborar diferentes tipos de párrafos.	CONSTRUYEN Y ORGANIZAN adecuadamente los datos y las ideas plasmándolas en un mensaje a ser transmitido de forma efectiva, coherente y veraz por los diferentes

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Realizar una lectura literal que reconozca características sintácticas y semánticas de la lengua.
- Realizar una lectura inferencial que reconozca información contextual y relaciones temáticas
- Reconocer y aplicar a las producciones escritas las normas básicas ortográficas.
- Utilizar las formas lingüísticas más adecuadas a la intención comunicativa que se tiene por objetivo.
- Elaborar textos escritos de tipo expositivo y argumentativo empleando la estructura textual correspondiente y utilizando los procedimientos básicos que dan cohesión y claridad al texto.
- Producir textos escritos de acuerdo con un guión o plan previamente establecido, evaluar
- Utilizar de acuerdo con el contexto, un vocabulario adecuado para expresar las ideas.

7. BIBLIOGRAFÍA

1. A. de Sánchez, Margarita: *Aprende a Pensar 4, Comprensión de la lectura y adquisición del conocimiento*, Editorial Trillas, S. A., México , Junio de 1996
2. Abreu Gómez, Ermilio: *Didáctica de la Lengua y Literatura Española*, México
3. Allende, Felipe y otros autores: *Comprensión de Lectura 3, fichas para el desarrollo de la comprensión de la lectura destinadas a adolescentes*, Editorial Andrés Bello, Chile 1998
4. Berlo, David K.: *El proceso de la comunicación*, El Ateneo, Buenos Aires, noviembre de 1982
5. Bianchi de Cortina, Edith: *Gramática Estructural, Enciclopedia de la lengua*, Editorial Epuyen S.R.L., Buenos Aires, 1987
6. Borja 1: *Manual de Pedagogía Conceptual*, Quito, 2002
7. Cavaría, Margarita: *Habilidades Psicolingüísticas*, Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja, Septiembre del 2005
8. Escudero, I. y Samaniego L.: *Historia del Español*, Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja, 1982
9. Fernández González, Ángel Raimundo y otros: *Introducción a la Semántica*, Ediciones Cátedra, S. A., Madrid, 1979
10. Guamán Castillo, Alonso: *Desarrollo del Pensamiento*, Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja, Septiembre del 2005
11. Lexis 22: *Gramática, Lengua, Estilo*, Círculo de lectores, S. A., Barcelona 1976
11. Ortega Pedraza, Esteban: *Etimologías, Lenguaje Culto y Científico*, Editorial Diana, S. A., México, 1982

12. Salmon, Katuska: *Lenguaje Integral*, Abrapalabra Editores, Quito, Marzo de 1995
13. Samaniego Delgado, Luis: *Fonética y Fonología Españolas*, Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja, Marzo de 1983
14. Serna, J. Alberto M.: *No diga...diga*, Editorial Idioma, Medellín 2001
15. U.T.P.L.: *Lenguaje, Orientaciones Generales*, Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja, 1981
16. Yzquieta: *Agenda del maestro*, Editorial Yzquieta, Guayaquil, 2005



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: MARKETING I
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: BÁSICA
NIVEL: I
TOTAL DE HORAS: 80 HORAS
CRÉDITOS: 2
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRER EQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: MABA01

1. DESCRIPCIÓN:

La asignatura de Marketing I consiste en el estudio de las tendencias, el poder adquisitivo y su distribución espacial, la cultura, la religión y todos los demás aspectos que intervienen en el comportamiento del consumidor ante cierto y determinado producto; así como su nivel de posicionamiento. De esta forma se disminuyen los niveles de riesgo del proceso de comercialización y se conoce con mayor exactitud los resultados que se obtendrán a corto, mediano y largo plazo.

2. OBJETIVO:

Que el alumno llegue a tener los elementos teóricos prácticos necesarios que le permitan conocer los fundamentos de la planeación y desarrollo que rigen los negocios y la aplicación adecuada de las leyes del marketing en ellos, lo que influyen prácticamente en todas las decisiones gerenciales que se toman hoy día.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	CAPITULO 1 <ul style="list-style-type: none">• Introducción al marketing. Concepto. El mercado meta y el mix• Diferencias entre marketing y las ventas. La evolución del marketing• El marketing dentro de la empresa

	<ul style="list-style-type: none"> • Participación de mercado
2.	CAPITULO 2 <ul style="list-style-type: none"> • Segmentación del mercado. Estrategia en el mercado meta. Consideraciones para segmentación efectiva.
3.	CAPITULO 3 <ul style="list-style-type: none"> • El producto. Concepto. Innovación en los productos • Etapa en el desarrollo de nuevos productos. Ciclo de vida del producto. • Administración, desarrollo y posicionamiento de nuevos productos. • Estrategia de marca, empaque y etiquetas
4.	CAPITULO 4 <ul style="list-style-type: none"> • Precio, Plaza y Publicidad • Significado e importancia del precio. Factores que influyen en su fijación • Concepto de plaza. Influencia y planeación de un canal de distribución • Diseño de los canales de distribución. Ventas al por mayor y menor • Concepto e importancia de la publicidad. Mezcla promocional.
5.	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de ventas. Relaciones públicas. Estrategias.

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- El proceso enseñanza aprendizaje para la asignatura de marketing será el método inductivo – deductivo, por lo que será necesario un proceso activo participativo de los estudiantes, que se caracteriza por la presentación de casos particulares con el objetivo de que se descubra el principio general que los rige, mediante la participación del profesor y los alumnos.
- También para la enseñanza de conceptos y principios se irá de lo general a lo particular con el propósito de extraer de ellos conclusiones y consecuencias de los mismos.
- Los elementos teóricos-prácticos anteriores se completarán con el trabajo de campo que permitirá al alumno cumplir con las competencias que nos hemos.
- Entre las actividades prácticas se encuentra un trabajo de Investigación realizado por los alumnos en la medida que se va avanzando en la materia y que consiste entre otros:

- ✓ Definición de la muestra

- ✓ Elaboración de cuestionarios
- ✓ Asociaciones grupales
- ✓ Entrevistas en profundidad
- ✓ Observaciones

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Identificar las variables que inciden en el adecuado comportamiento de un producto en el mercado.	ORGANIZAN los procesos de comunicación, en función del tipo de programa y medio en el que se va a transmitir el mensaje.
Conocer los organismos e Instituciones que participan y lo controlan.	CONOCEN los tipos de programas de televisión, radio o espacios de prensa, donde se desarrolla la comunicación y preparan los mensajes acordes a los procesos adecuados de difusión.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Análisis e interpretación del marketing.
- Planteamientos sobre los tipos de marketing.
- Implementación de facilidades por parte de las instituciones gubernamentales en el desarrollo de las estrategias de marketing.

7. BIBLIOGRAFÍA:

1. Texto: MARKETING GLOBAL, Autor: KOTABE HELSEN, Editorial: LIMUSA, Edición. Primera.

2. Texto: Fundamentos de mercadotecnia, Autor. William J: Stanton. Editorial Mc Graw Hill, Edición. Primera.

3. Texto: Marketing Estratégico Teoría y casos. Autor. Munuera Alemán J.L. Rodríguez Escudero A. I Editorial. Pirámide. Edición. Primera.

4. Texto: Estrategia competitiva. Técnicas para análisis de sectores industriales y de la competencia. Autor Porter Michel E. Editorial. C.E.C.S.A. Edición. Primera.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: REALIZACIÓN DE TV I
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL: I
TOTAL DE HORAS: 200
CRÉDITOS: 5
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: REBA01

1. DESCRIPCIÓN:

En la materia Realización para Tv I, los alumnos conocerán el origen de la señal de video, el correcto uso de la cámara y de sus soportes para su buena ejecución en el campo de trabajo de manera práctica.

2. OBJETIVO:

Conocer las bases de la señal de video, la cámara, y los usos prácticos en las diferentes grabaciones con sus respectivos movimientos y aplicaciones.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1	LA TECNOLOGÍA DE LA TV. Componentes de la señal de video, sus funciones y avances tecnológicos hasta la actualidad. La integración entre formatos de uso nacional e internacional, y sus componentes internos.
2	EL ESPACIO DE REALIZACIÓN. El escenario de la televisión. El estudio de televisión. El estudio de

	televisión en acción. Los componentes y responsabilidades es cada una de las diferentes áreas, así como su aplicación para diferentes tipos de programas. El control de realización. Control técnico central. Control de aparatos. Áreas auxiliares y de servicios
3	CALIDAD DE LA IMAGEN. Análisis y conocimiento de los diferentes tipos de aparatos para la medición de la señal de video, corrección en cámara de los distintos formatos, y su aplicación en diferentes tipos de grabaciones.
4	TALLER DE SEÑALES. Prácticas con cámaras en diferentes tipos de montajes y desmontajes, tipos de cableados en señales análogas y digitales.
5	CAMARAS FORMATOS Y COMPONENTES. Tipos de cámaras y usos, de acuerdo al tipo de producción a realizar, calidad de señal y resolución. Análisis de los componentes internos de las cámaras.
6	MOVIMIENTOS DE CAMARA, TALLER. Los tipos de encuadres y ángulos que se utilizan, con los respectivos movimientos según el tipo de producción que se realice. Práctica en campo y ejercicios en talleres.

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Las técnicas de realización como asignatura básica en el pensum, centra su interés y propósito en el conocimiento del engranaje en el que funciona un centro de televisión y en la aplicación práctica de las técnicas, procedimientos y estrategias que permitan la elaboración de un programa de televisión, videos educativos, cortos comerciales, documentos y reportajes a nivel nacional e internacional.
- Para este fin, se empleará un esquema metodológico que se sustenta en talleres de observación y aplicación de los procesos de realización, lo que les permitirá la lectura adecuada de la imagen producida. La clase expositiva tendrá un espacio reducido ya que el énfasis por lo práctico es en este caso vital, para ello se precisa de los laboratorios en donde el alumno esté en capacidad de aplicar en vivo las nociones teóricas que va aprendiendo. Tanto en clase como en los talleres y laboratorios, el profesor conducirá al alumno por la ruta de cualidades como la crítica de la objetividad, satisfaciendo con ello los requerimientos publicitarios y de televidentes que el mercado nacional demanda.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Poder identificar con exactitud todos los implementos relacionados con el equipo técnico y conocer correctamente los diferentes términos que encierra la profesión.	UTILIZAN adecuadamente las herramientas técnicas como prompter, cámaras, micrófonos, editoras, etc., como un recurso efectivo para transmitir las notas, reportajes, entrevistas y demás producciones de corte comunicacional en los diferentes medios.
Tener capacidad de ejercer cualquier actividad dentro de un estudio de televisión.	
Poder elegir con acierto y conocimiento, que planos utilizar en un audiovisual.	DOMINAN el lenguaje audiovisual y reconocen las diferentes alternativas de contar una historia a través de la lente de la cámara entendiendo el impacto y la incidencia que la misma puede tener en el espectador.
Tener capacidad de poder operar y con correcto criterio una editora lineal y no lineal.	DOMINAN el lenguaje audiovisual.
Poder realizar con criterio y de manera profesional un audiovisual básico con una excelente composición artística.	

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- El estudiante estará en capacidad de utilizar correctamente la cámara de video, así como de conocer sus partes internas para su mejor uso y aplicación en diferentes tipos de producciones.
- Identificación de los planos de acuerdo a sus nombres y usos dentro del producto audiovisual.

7. BIBLIOGRAFÍA:

1. Realización y producción en televisión. Gerald Millerson. 4^a. Edición. IORTVE
2. Producción en video con una cámara
Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV)
Robert B. Musburger



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: PRODUCCIÓN EJECUTIVA I
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL: I
TOTAL DE HORAS: 160
CRÉDITOS: 4
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: PRBA01

1. DESCRIPCIÓN:

La asignatura de Producción Ejecutiva I consiste en el estudio de los conceptos y bases televisivas; ya sea en relación a organización y estructura de un canal; como empresa constituida; así como de términos básicos de televisión y de esta manera los estudiantes podrán tener un panorama mucho más claro de conceptos y funciones en producciones televisivas, para comprender los procesos de pre-producción, producción y post-producción.

2. OBJETIVO:

- Interpretar el fenómeno de la televisión nacional y mundial en función de sus objetivos básicos: entretener, informar y educar sobre la base del conocimiento de su origen, formación y perfeccionamiento del lenguaje de la televisión.
- Aplicar los conocimientos básicos de las técnicas de producción en la elaboración de un plan de producción que atienda a las diferentes fases del proceso en un tipo de producto audiovisual.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	LA TELEVISIÓN, SU HISTORIA. Definición y objetivos de las técnicas de producción. La

	Televisión como medio de comunicación de masas. Entretener, informar y educar: Objetivos básicos de la televisión. Historia de la Televisión.
2.	<p>ORGANIZACIÓN DE UN CANAL DE TV.</p> <p>División por departamentos, funciones y estructura gerencial.</p> <p>ESTUDIO DE TELEVISIÓN.</p> <p>El estudio de televisión. Generalidades. Estudio – plató. Espacio físico: Dimensiones. Estructura y conformación. Insonorización y ciclorama. Iluminación. Tipos de aparatos de luz. Soportes para aparatos de luz. Nociones básicas sobre iluminación</p>
2	<p>LA REALIZACIÓN.</p> <p>Control de realización: Importancia de los efectos de control durante la realización. Disposición de la sala común. Disposición en la sala seleccionada. Procesos de producción. Filmación y Grabación. Edición. Escenografía. Sonido</p>
3.	<p>FUNCIONES DEL PERSONAL TIPO.</p> <p>Personal para cada producción, funciones y responsabilidades</p>

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Debido a que la materia producción ejecutiva I es una introducción al manejo de las televisoras; terminología televisiva; esta asignatura divide las clases en etapas: las clases teóricas, presencial en el aula de clases, con la asistencia del profesor y luego la practica; en el caso que el tema de la clase amerite este complemento, tanto con soportes audiovisuales o in situ en el estudio de televisión. Visitas guiadas a canales de televisión y la participación activa de cada uno de los estudiantes a invitaciones que nos llegan de diversos medios de comunicación para que refuercen la teoría vista en las aulas.
- La apertura a foros, la creatividad e ideas nuevas serán apoyadas totalmente en esta clase, haciendo clínicas de programas de televisión tanto nacionales e internacionales (análisis de los procesos de producción y resultados finales) con esto se ayudara al estudiante para que tenga un entendimiento absoluto del tema tratado.
- Se plantea una investigación individual sobre un director cinematográfico, con el respectivo análisis técnico de alguna de sus películas (el análisis será evaluado desde la óptica del estudiante, de acuerdo a los criterios aprendidos en clase); se realiza una exposición para que el resto de alumnos se retroalimente de los temas investigados por todos.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Identificar cada nombre y terminología televisiva tanto en la parte técnica de estudio de televisión; así como de procesos de producción escritos.	CONOCEN los tipos de programas de televisión, radio o espacios de prensa, donde se desarrolla la comunicación y preparan los mensajes acordes a los procesos adecuados de difusión.
Analizar en forma crítica un audiovisual, desde los aspectos de la continuidad, fotografía, libreto, efectos visuales y realización.	VALORAN la importancia del proceso de observación, análisis e investigación que permite generar productos comunicacionales de calidad.
Desarrollar ideas y proyectos televisivos desde los procesos de pre-producción, producción y post-producción.	CONOCEN las herramientas necesarias para desarrollar y organizar la transmisión de eventos, sucesos en forma oral, escrita y visual tanto en prensa, radio, televisión e internet.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Conocer los conceptos y correcto desarrollo de un producto audiovisual.
- Planteamientos sobre propuestas de proyectos televisivos con etapas de producción.

7. BIBLIOGRAFÍA:

1. José María Castillo (1997). **Elementos del Lenguaje Audiovisual**. Unidad Educativa IORTV, Madrid, España.
2. Miguel Sainz (1994) **Manual Básico de Producción en Televisión**. IORTV, Madrid, España
3. Rafael Duanny Navarro (2000) **Manual de Producción**. ITV. Guayaquil, Ecuador.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: TEORIA DE LA COMUNICACIÓN I
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL: I
TOTAL DE HORAS: 120
CRÉDITOS: 3
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: TEBA01

1. DESCRIPCIÓN:

La comunicación es una materia que se aplica en todos los ámbitos del ser humano, siendo de vital importancia que todo profesional de la televisión conozca los conceptos, clases y técnicas para un correcto desarrollo al momento de comunicar, El presente programa de estudio es un recurso indispensable que guía a los profesionales de la comunicación a un correcto manejo del lenguaje, el habla y definición de estilos que marquen la diferencia y los lleve a la excelencia.

2. OBJETIVO:

Formar profesionales que conozcan conceptos, técnicas y desarrollen habilidades para el manejo correcto de los mensajes en cualquier contexto en el que se desarrolle la comunicación.

4. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	CONCEPTOS: Comunícate. Concepto de comunicación. Evolución histórica de la comunicación. Naturaleza de la comunicación humana. Principios de la comunicación. Contexto de la comunicación. Niveles de la comunicación. Axiomas de la comunicación. Funciones de la comunicación. Barreras de la comunicación internas y externas. Proceso de la comunicación. Elementos

	esenciales para el desarrollo de la comunicación.
2.	Mensaje verbal y No verbal. Percepción humana. Entorno semántico y proceso de abstracción. Recursos expresivos del comunicador. Desarrollo de la habilidad de escuchar. Objetivos y recomendaciones. Elementos claves de la comunicación interpersonal. El comunicador eficaz. Habilidades personales del comunicador eficaz. La voz y sus características
3.	Entendimiento de los mensajes. Interpretación de lo leído. Características de los mensajes. Problemas en rendimiento vocal. Cualidades del estilo Oral. Mensaje inconsciente. Metas del comunicador.
4.	Locución o presentación. Características de los personajes. Manejo de nervios. La credibilidad. Presentación visual. Manejo y características de los gestos. Postura y Movimientos. Maquillaje.
5.	La comunicación en público, Planeación y redacción del discurso. Formas para la preparación y redacción del discurso. Tipos de discurso. Factores para la selección de un tema. Análisis del grupo objetivo. Como recopilar la información para el discurso. Como organizar y resumir el discurso. Como llamar la atención. Introducciones y finales. Como adaptarse al público. Como practicar la redacción del discurso.

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Manejo de conceptualizaciones teóricas básicas para el conocimiento de metas u objetivos del comunicador social.
- Análisis de diferentes estilos de comunicación por medio de referentes y se trabaja a nivel individual la situación de cada estudiante como comunicador y el desarrollo de su estilo, por medio de trabajos prácticos y ejercicios que dependerán de cada estudiante. Una vez pulida la parte comunicacional del estudiante se procede, por medio de prácticas en clase a aplicar lo aprendido en los diferentes formatos de programas de televisión.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Conocer todos los conceptos básicos de la comunicación.	TIENEN las herramientas e información necesarias para entender el proceso evolutivo de la comunicación audiovisual y su incidencia en los receptores promoviendo en sus productos comunicacionales propuestas acordes con las estructuras actuales.
Estar en la capacidad de una correcta lectura del lenguaje verbal y no verbal.	POSEEN el hábito de la lectura y son conscientes de la necesidad de estar actualizados en áreas de información y nuevas tecnologías que permitan desarrollar productos comunicacionales acordes a las exigencias del mercado y que a su vez respondan a las realidades del momento.
Analizar sus debilidades y fortalecerlas con ejercicios.	VALORAN la importancia del proceso de observación, análisis.
Identificar sus barreras de comunicación y empezar a derribarlas.	DOMINAN las técnicas de expresión oral y corporal reconociendo los procesos efectivos y profesionales de transmisión de un mensaje.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Análisis e interpretación de los tipos de comunicación como necesidad inherente de los individuos.
- Desarrollo de habilidades para llevar a cabo diversas situaciones comunicacionales dependiendo del contexto.
- Interpretación de los niveles de comunicación (cantidad de participantes)
- Análisis de los recursos expresivos: vocal, visual, verbal.

7. BIBLIOGRAFÍA:

Título	Autor
COMUNICACIÓN ORAL	ELIEN MC.ENTEE
TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN	ARMAND MATELART
Ante Cámara	William Hawes

[Comunicarse eficazmente, un reto para todos - Sobre la comunicación](#)

Yalilis Castellero Amador



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: FOTOGRAFÍA
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL:I
TOTAL DE HORAS: 120
CRÉDITOS: 3
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: FOBA01

1. DESCRIPCIÓN:

Lograr que se maneje la Fotografía como un Lenguaje Visual, mediante el aprendizaje de las diferentes técnicas de composición, para lo cual se maneja la teoría de cada composición con su respectiva práctica, lo cual lleva a un total entendimiento al alumno.

2. OBJETIVO:

Diseñar fotografías, teniendo en cuenta los principios y técnicas fotográficos básicos, la estética y demostrando creatividad e independencia.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	PRINCIPIOS FOTográfICOS. ¿Qué es Fotografía? La Fotografía como lenguaje visual. Elementos de la Fotografía. Creatividad. La Composición. La importancia de la composición en Fotografía.
2.	COMPOSICIÓN FOTográfica. Principales composiciones fotográficas:

	<ul style="list-style-type: none"> • La regla de los tercios. • El centrado. • Curvas en s • Horizontes • Perspectiva.
3.	EL ENCUADRE FOTOGRÁFICO. <ul style="list-style-type: none"> • El encuadre. • Los ángulos: Picados. • Contrapicados. • A nivel. • Aberrante. • Contra planos fotográficos.
4.	LA FOTOGRAFÍA EN LA PRÁCTICA. <ul style="list-style-type: none"> • La correcta utilización de las composiciones fotográficas. Los colores, mezcla de colores. El contraste.

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Para la comprensión absoluta de esta asignatura sería imposible basarnos en la teoría como única forma de entendimiento y aprendizaje; por lo que se hace imperativa la práctica, tanto en el campo de la composición artística, como el uso de las luces, el juego visual que fortalecen los conceptos adquiridos en la materia Realización para TV I. Los estudiantes deben realizar foto- novelas, o historias que las cuenta a través de las imágenes silentes y estáticas, y pueden transmitir y mostrar emociones, sensaciones e historias; haciendo que de esta manera se aplique la teoría recibida hacia la puesta en práctica y que ellos puedan notar, descubrir y diferenciar los resultados obtenidos.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Capacidad para elaborar fotografías con un claro mensaje.	APLICAN las diversas estrategias comunicativas acordes a los diferentes públicos definiendo el tipo y la forma efectiva de transmisión de mensajes.
Capacidad para realizar fotografía publicitaria.	APLICAN las diversas estrategias comunicativas acordes a los diferentes públicos definiendo el tipo y la forma efectiva de transmisión de

	mensajes.
Criterio para poder elegir la composición correcta para poder transmitir el mensaje requerido.	ORGANIZAN los procesos de comunicación, en función del tipo de programa y medio en el que se va a transmitir el mensaje.
Capacidad para utilizar los colores correctos al realizar una fotografía.	

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Análisis de los elementos de fotografía como instrumento para su creatividad en la imagen.
- Fortalece sus conocimientos en fotografía como un arte para su desarrollo profesional.
- Discierne los elementos adecuados conforme a las diversas circunstancias con objetivo de lograr la mejor imagen para comunicar.

7. BIBLIOGRAFÍA:

https://www.dropbox.com/s/o8sybh8o9lzo7ma/eBook-Composici%C3%B3n-de-Buenas-Fotos-a-_Increibles.pdf?m



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: BÁSICA
NIVEL: I
TOTAL DE HORAS: 80
CRÉDITOS: 2
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITO: SOCIOLOGÍA
CÓDIGO: PSBA02

1. DESCRIPCIÓN:

La Psicología es un área importante que debe ser conocida por todo aquel que pretenda realizar un trabajo que tenga cualquier tipo de relación con la sociedad. Para los profesionales de la Televisión se convierte en imperante reconocer los procesos individuales que mueven a cada persona a actuar de una determinada manera producto de la influencia de los Mass Media.

2. OBJETIVO:

Resaltar la influencia que tiene la Comunicación Social en el individuo y en la sociedad permitiendo desarrollar estrategias y mecanismos de comunicación para estructurar ante el público mensajes que ejerzan en él una influencia educativa efectiva, de empatía, identificación y credibilidad; logrando con ello una conciencia del impacto que tiene la TV en el individuo, en la sociedad y todo ello enfocado en la realidad ecuatoriana.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	EL SER HUMANO, SU ESCENCIA Y SIGNIFICACIÓN A. DESARROLLO DE LA PERSONALIDAD B. SOCIALIZACION C. EL SER FRENTE A LA TV.

	D.
2.	LA TELEVISIÓN COMO GRATIFICACIÓN SENSORIAL, MENTAL Y PSÍQUICA A. LA TELEVISIÓN VISTA DESDE EL LUGAR DEL TELEVIDENTE B. LA GRATIFICACIÓN DEL ESPECTÁCULO C. LA SEDUCCIÓN DE LAS ESTRELLAS D. LA SEDUCCIÓN DE LA HISTORIA
3.	EL IMPACTO Y EFECTOS DE LA TELEVISIÓN A. ÓRBITAS DE IMPACTO B. LA TV Y LA VIOLENCIA C. EL NIÑO Y LA TV D. PERSUASIÓN E. MENSAJES SUBLIMINALES F. FANTASÍA Y CREATIVIDAD G. PROGRAMACIÓN E IMPACTO
4.	CONCLUSIONES FINALES PRÁCTICAS A. TRABAJOS PRÁCTICOS Y DE INVESTIGACIÓN B. APLICABILIDAD DE LOS CONTENIDOS Y APOORTE SOCIAL.

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Para lograr un verdadero conocimiento y análisis de la materia, las clases se plantearán entre magistrales y participativas. Por lo que el proceso de enseñanza-aprendizaje es una labor compartida entre estudiantes y profesor.
- Se plantearán lecturas que el estudiante deberá hacer previo a cada clase y videos que serán vistos y analizados en grupo durante las clases y todo ello relacionado con los objetivos específicos buscando que el estudiante llegue a un análisis del proceso de influencia que la TV tiene en el individuo y donde sus pensamientos deberán tener una orientación crítica y deductiva procurando con ello alcanzar el real éxito del curso.
- Adicionalmente, se promoverá la creatividad e ideas innovadoras como una constante durante el desarrollo de la cátedra.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Identificar los diferentes aspectos del	APLICAN las diversas estrategias

comportamiento individual.	comunicativas acordes a los diferentes públicos definiendo el tipo y la forma efectiva de transmisión de mensajes.
Conocer el impacto que los medios de comunicación pueden tener en el televidente ecuatoriano.	DOMINAN el lenguaje audiovisual y reconocen las diferentes alternativas de contar una historia a través de la lente de la cámara entendiendo el impacto y la incidencia que la misma puede tener en el espectador.
Analizar concienzudamente un producto audiovisual desde una óptica psicológica y televisiva.	LIDERAN los procesos con responsabilidad, perseverancia, respeto, solidaridad y disciplina, resaltando la igualdad y equidad de género y razas y evidenciándolos constantemente en sus propuestas audiovisuales como agentes multiplicadores de una conciencia social que promueve el buen vivir.
Descubrir el manejo televisivo frente a la realidad ecuatoriana.	DOMINAN el lenguaje audiovisual y reconocen las diferentes alternativas de contar una historia a través de la lente de la cámara entendiendo el impacto y la incidencia que la misma puede tener en el espectador.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- La evaluación buscará analizar la capacidad de los estudiantes para relacionar los conocimientos, así como el desarrollo de las destrezas y habilidades para aplicar la Sociología a la Comunicación Social.
Se tomará en cuenta lo siguiente:

- Asistencia y Lecturas realizadas fuera de las sesiones 35%
- Investigaciones 35%
- Examen final 30%

7. BIBLIOGRAFÍA

KAGELMANN, Jurgen, WENNINGUER, Gerd. "PSICOLOGÍA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN". Editorial Herder. Barcelona, 1986.
VAZQUEZ, Jesús. MEDIN, Félix. "TELEVISIÓN Y VIOLENCIA". Editorial Imagen. Madrid 1966
MARIET, Francois. "DEJENLOS VER TELEVISIÓN". Editorial, Urano. Barcelona, 1993

BETTELHEIM, Bruno. "PSICOLOGÍA DE LOS CUENTOS DE HADAS". Editorial Crítica. Barcelona 1977

FREIXAS, Ramón. BASSA, Joan. "CINE, EROTISMO Y ESPECTÁCULO". Editorial Paidós, Barcelona 2005.

LACALLE, Charo. "EL ESPECTADOR TELEVISIVO". Editorial, Gedisa, Barcelona 2001

SOIFER, Raquel. "EL NIÑO Y LA TELEVISIÓN" Editorial Capelusz. Buenos Aires, 1981

DE FLEUR, Melvin; BALL – ROKEACH, Sandra. "TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS". Editorial Paidós. México, 1986

McQUAIL, Denis. "INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS". Editorial, Paidós, Buenos Aires, 1985.

FERRÉS, Joan. "TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN". Editoriales Piados. Barcelona 1994

FERRÉS, Joan. "TELEVISIÓN SUBLIMINAL". Editoriales Piados. Barcelona 1994



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: IDIOMA ESPAÑOL II
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: BASICA
NIVEL:II
TOTAL DE HORAS: 160
CRÉDITOS: 4
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: IDIOMA ESPAÑOL I
CÓDIGO: IEBA02

1. DESCRIPCIÓN:

Idioma II es una asignatura que se presenta a manera de plan continuo para quienes aprobaron en Idioma I todo lo relacionado con los desempeños verbales y lecto – escritos que los estudiantes del ITV deben dominar. Este plan procura desarrollar habilidades de escritura de textos propios de los medios masivos de comunicación impresa y/o académicos.

2. OBJETIVO:

Dominar el proceso de escritura de textos periodísticos y/o académicos para aspirar a escribir textos altamente calificados para su publicación.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	El proceso de escritura: Estrategias para delimitar un tema, ilustrar intención comunicativa y escribir un texto de un párrafo.
2.	El texto descriptivo: La publicidad, el ensayo descriptivo. El texto descriptivo-comparativo: Talleres de análisis de ventajas y desventajas entre textos publicitarios, escritura de

	ensayos comparativos – descriptivos.
3.	El texto narrativo: La noticia, el ensayo narrativo de secuencias cronológicas y de pasos. Hechos, opiniones; conclusiones, inferencias; la tesis
4.	El texto argumentativo: Artículos de opinión, editoriales, ensayo argumentativo El texto argumentativo – derivativo: Ensayos

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Se utilizará el Modelo constructivista, estrategias de lectura en base a desarrollo de habilidades del pensamiento y habilidades psicolingüísticas, método inductivo – deductivo; estrategias de aprendizaje colaborativo.
- Se buscará una aproximación al inicio de la escritura de guiones televisivos que lo familiaricen al estudiante con las posibilidades y estilos televisivos relacionados con los guiones.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.	VALORAN la importancia del proceso de observación, análisis e investigación que permite generar productos comunicacionales de calidad.
Capacidad de comunicación oral y escrita.	DOMINAN las técnicas de expresión oral y corporal reconociendo los procesos efectivos y profesionales de transmisión de un mensaje.
Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.	DOMINAN los procesos investigativos y la búsqueda de fuentes de información desarrollando a partir de ellos criterios en la selección de información para el desarrollo de sus notas, reportajes y productos

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Realizar una lectura literal que reconozca características sintácticas y semánticas de la lengua.
- Realizar una lectura inferencial que reconozca información contextual y relaciones temáticas
- Reconocer y aplicar a las producciones escritas las normas básicas ortográficas.
- Utilizar las formas lingüísticas más adecuadas a la intención comunicativa que se tiene por objetivo.
- Elaborar textos escritos de tipo expositivo y argumentativo empleando la estructura textual correspondiente y utilizando los procedimientos básicos que dan cohesión y claridad al texto.
- Producir textos escritos de acuerdo con un guión o plan previamente establecido, evaluar
- Utilizar de acuerdo con el contexto, un vocabulario adecuado para expresar las ideas.

7. BIBLIOGRAFÍA

1. A. de Sánchez, Margarita: *Aprende a Pensar 4, Comprensión de la lectura y adquisición del conocimiento*, Editorial Trillas, S. A., México , Junio de 1996
2. Abreu Gómez, Ermilio: *Didáctica de la Lengua y Literatura Española*, México
3. Alliende, Felipe y otros autores: *Comprensión de Lectura 3, fichas para el desarrollo de la comprensión de la lectura destinadas a adolescentes*, Editorial Andrés Bello, Chile 1998
4. Berlo, David K.: *El proceso de la comunicación*, El Ateneo, Buenos Aires, noviembre de 1982
5. Bianchi de Cortina, Edith: *Gramática Estructural, Enciclopedia de la lengua*, Editorial Epuyen S.R.L., Buenos Aires, 1987
6. Cavaría, Margarita: *Habilidades Psicolingüísticas*, Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja, Septiembre del 2005
7. Guamán Castillo, Alonso: *Desarrollo del Pensamiento*, Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja, Septiembre del 2005
8. Holt, Rinehart and Wilson: *Elementos de Lenguaje, Curso de Introducción*, Harcourt Brace Education, United States of America, 2001
9. Holt, Rinehart and Wilson: *Gramática, Prácticas de Destrezas del Lenguaje*, Harcourt Brace Education, United States of America, 2001
10. Holt, Rinehart and Wilson: *Ortografía Integrada*, Harcourt Brace Education, United, States of America, 2001

11. Holt, Rinehart and Wilson: Serie Encuentros, Curso de Introducción, Primero y Segundo Curso, Harcourt Brace Education, United States of America, 1997
12. Lexis 22: *Gramática, Lengua, Estilo*, Círculo de lectores, S. A., Barcelona 1976
13. Salmon, Katuska: *Lenguaje Integral*, Abrapalabra Editores, Quito, Marzo de 1995

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN
ITV
DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: MARKETING II
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: BÁSICA
NIVEL: II
TOTAL DE HORAS: 80
CRÉDITOS: 2
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: MARKETING I
CÓDIGO: MABA02

1. DESCRIPCIÓN:

La asignatura de Marketing II consiste en el estudio de las tendencias, el poder adquisitivo y su distribución espacial, la cultura, la religión y todos los demás aspectos que intervienen en el comportamiento del consumidor ante cierto y determinado producto; así como su nivel de posicionamiento. De esta forma se disminuyen los niveles de riesgo del proceso de comercialización y se conoce con mayor exactitud los resultados que se obtendrán a corto, mediano y largo plazo.

2. OBJETIVO:

Que el alumno llegue a tener los elementos teóricos prácticos necesarios que le permitan conocer los fundamentos de la planeación y desarrollo que rigen los negocios y la aplicación adecuada de las leyes del marketing en ellos, lo que influyen prácticamente en todas las decisiones gerenciales que se toman hoy día.

4. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS

1.	CAPITULO. Marketing Relacional Importancia del concepto de cliente Del comprador al cliente El crecimiento interno
2.	CAPITULO 2. El plan de servicio y la relación con el cliente El programa de servicio.
3.	CAPITULO 3. La ingeniería del plan de calidad de atención al cliente Desarrollo y puesta en marcha El personal de contacto y su gestión El concepto de marketing interno
4.	CAPITULO 4. El DAC en las organizaciones El DAC y sus funciones El DAC en la organización comercial
5.	La organización del DAC Diseño y puesta en marcha del plan de calidad Etapas y pasos

5. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- El proceso enseñanza aprendizaje para la asignatura de marketing será el método inductivo – deductivo, por lo que será necesario un proceso activo participativo de los estudiantes, que se caracteriza por la presentación de casos particulares con el objetivo de que se descubra el principio general que los rige, mediante la participación del profesor y los alumnos.
- También para la enseñanza de conceptos y principios se irá de lo general a lo particular con el propósito de extraer de ellos conclusiones y consecuencias de los mismos.
- Los elementos teóricos-prácticos anteriores se completarán con el trabajo de campo que permitirá al alumno cumplir con las competencias que nos hemos.
- Entre las actividades prácticas se encuentra un trabajo de Investigación realizado por los alumnos en la medida que se va avanzando en la materia y que consiste entre otros:
 - ✓ Definición de la muestra
 - ✓ Elaboración de cuestionarios
 - ✓ Asociaciones grupales
 - ✓ Entrevistas en profundidad
 - ✓ Observaciones

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Identificar las variables que inciden en el adecuado comportamiento de un producto en el mercado.	ORGANIZAN los procesos de comunicación, en función del tipo de programa y medio en el que se va a transmitir el mensaje.
Conocer los organismos e Instituciones que participan y lo controlan.	CONOCEN los tipos de programas de televisión, radio o espacios de prensa, donde se desarrolla la comunicación y preparan los mensajes acordes a los procesos adecuados de difusión.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Análisis e interpretación del marketing
- Planteamientos sobre los tipos de marketing
- Implementación de facilidades por parte de las instituciones gubernamentales en el desarrollo de las estrategias de marketing

7. BIBLIOGRAFÍA:

1. Texto: MARKETING Y LA GESTION CON LOS CLIENTES

Autor: JOSE ROBINAT

Editorial: OCEANO

Edición: PRIMERA

2. Texto FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA, AUTOR. WILLIAM J. STANTON. EDITORIAL MC GRAW HILL, EDICIÓN PRIMERA

3. Texto. Marketing Estratégico Teoría y casos. Autor. Munuera Alemán J.L. Rodríguez Escudero A. I Editorial. Pirámide. Edición. Primera.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: COMPUTACION BÁSICA E INTERNET
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: BASICA
NIVEL: II
TOTAL DE HORAS: 120
CRÉDITOS: 3
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: COBA02

1. DESCRIPCIÓN:

La materia Edición no lineal estudia el manejo de los sistemas de Edición en computador, dando al alumno las herramientas necesarias para la creación y correcta presentación de sus ideas plasmadas en productos audiovisuales.

2. OBJETIVO:

Conocer el funcionamiento del proceso de edición con el programa Adobe Premiere, realizar prácticas con diferentes ejercicios audiovisuales, para que el estudiante aprenda las técnicas de edición no lineal.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	HERRAMIENTAS Y VENTANAS. <ul style="list-style-type: none">El desarrollo de las actividades iniciales esta dictaminada en el conocimiento de las diferentes herramientas y su uso específico durante el proceso de edición, es por esto que se trabajaran diferentes ejercicios prácticos para usar y conocer dichas herramientas.
2.	EFECTOS BASICOS.

	<ul style="list-style-type: none"> • Se trabajaran diferentes tipos de video, para así poder aplicar los efectos básicos, como movimientos de imágenes, y efectos de colores, según la necesidad de cada tipo de audiovisual
3.	<p>VIDEO MUSICAL Y COMERCIALES.</p> <p>Se practicarán diferentes tipos de edición en comerciales, aplicando ciertos tipos de efectos visuales y de ritmo al editar, complementado con el uso de la musicalización y efectos de sonido como parte primordial del audiovisual</p>
4	<p>EFFECTOS AVANZADOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajaremos con efectos visuales avanzado, para recrear fondos, trabajo de croma key, retoque de luces y corrección de colores, en videos de diferentes tipos.

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- **Etapa del diagnóstico.** Exploramos el conocimiento del alumno, con relación a internet, a la edición y el montaje.
- **Etapa del saber.** Brindamos información sobre el lenguaje de los planos, la edición y el montaje.
- **Etapa del saber hacer.** Entrenamos las habilidades del alumno en el dominio de los planos, en la edición y el montaje y en la post producción.
- **Etapa del saber ser.** Desarrollamos la confianza del alumno en sus conocimientos y habilidades creativas.
- **Etapa del enfrentamiento.** El alumno debe presentar los trabajos a su equipo y a su grupo de trabajo.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Conocer los conceptos básicos de guión técnico, edición y montaje, los que les van a permitir enfrentar con más facilidad la asignatura de realización.	UTILIZAN adecuadamente las herramientas técnicas como prompter, cámaras, micrófonos, editoras, etc., como un recurso efectivo para transmitir las notas, reportajes, entrevistas y demás producciones de corte comunicacional en los diferentes medios.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

El alumno tendrá la capacidad de poder realizar cualquier tipo de edición y manejo de programas audiovisuales para el montaje, con aplicación de efectos y elementos creativos en la composición.

7. BIBLIOGRAFIA:

Material: Adobe Premiere Pro CC Classroom in a Book

Autor: Adobe Creative Team



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: REALIZACIÓN DE TV II
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL: II
TOTAL DE HORAS: 200
CRÉDITOS: 5
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: REALIZACION DE TV I
CÓDIGO: REBA02

1. DESCRIPCIÓN:

En la materia Realización de Tv II los estudiantes en función a sus bases adquiridas previamente podrán plasmar en los productos audiovisuales trabajos realizados con una sola cámara, poniendo de manifiesto su creatividad y desarrollo artístico, en trabajos de corta duración de tiempo.

2. OBJETIVO:

Realizar diferentes trabajos prácticos grabados con una cámara, revisando las bases y conocimientos fundamentales al momento de ejecutarlos.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1	ENTREVISTA. Técnicas aplicadas al momento de realizar una entrevista con uno o varios personajes, utilizando una sola cámara, y el tipo de edición a aplicar en este formato de grabaciones.
2	COMERCIAL DE TELEVISION. Diferentes técnicas en la realización de videos publicitarios de diferente duración, desde el concepto y la idea. Aplicación del lenguaje audiovisual en ellos. Visionado de ejemplos.

3	<p>VIDEOS MUSICALES.</p> <p>Orígenes de los videos musicales y su evolución, como se desarrollan actualmente. Complementos con técnicas visuales modernas, según los diferentes esquemas creativos.</p>
4	<p>DOCUMENTAL EN VIDEO.</p> <p>Realización y búsqueda de información documentada en video, así como el planteamiento visual y el ritmo durante las grabaciones como complemento de la información recopilada.</p>

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Las técnicas de realización como asignatura básica en el pensum, centra su interés y propósito en el conocimiento del engranaje en el que funciona un centro de televisión y en la aplicación práctica de las técnicas, procedimientos y estrategias que permitan la elaboración de un programa de televisión, videos educativos, cortos comerciales, documentos y reportajes a nivel nacional e internacional.
- Para este fin, se empleará un esquema metodológico que se sustenta en talleres de observación y aplicación de los procesos de realización, lo que les permitirá la lectura adecuada de la imagen producida. La clase expositiva tendrá un espacio reducido ya que el énfasis por lo práctico es en este caso vital, para ello se precisa de los laboratorios en donde el alumno esté en capacidad de aplicar en vivo las nociones teóricas que va aprendiendo. Tanto en clase como en los talleres y laboratorios, el profesor conducirá al alumno por la ruta de cualidades como la crítica de la objetividad, satisfaciendo con ello los requerimientos publicitarios y de televidentes que el mercado nacional demanda.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Poder identificar con exactitud todos los implementos relacionados con el equipo técnico y conocer correctamente los diferentes términos que encierra la profesión.	UTILIZAN adecuadamente las herramientas técnicas como prompter, cámaras, micrófonos, editoras, etc., como un recurso efectivo para transmitir las notas, reportajes, entrevistas y demás producciones de corte comunicacional en los diferentes medios.
Tener capacidad de ejercer cualquier	

actividad dentro de un estudio de televisión.	
Poder elegir con acierto y conocimiento, que planos utilizar en un audiovisual.	DOMINAN el lenguaje audiovisual y reconocen las diferentes alternativas de contar una historia a través de la lente de la cámara entendiendo el impacto y la incidencia que la misma puede tener en el espectador.
Tener capacidad de poder operar y con correcto criterio una editora lineal y no lineal.	DOMINAN el lenguaje audiovisual.
Poder realizar con criterio y de manera profesional un audiovisual básico con una excelente composición artística.	

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- En este curso el alumno ejecutará en la práctica todos los conceptos visuales aprendidos, a través de la elaboración de diferentes tipos de videos, manejando las ideas y la creatividad como pieza fundamental de su creación.

7. BIBLIOGRAFIA:

Comerciales de TV, como hacerlos
IVAN CURI

Historia, estética e iconografía del videoclip musical
Juan A. Sánchez López y Francisco García

Como hacer documentales
Lindermuth Kevin J.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: PRODUCCIÓN EJECUTIVA II
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
CICLO II
TOTAL DE HORAS: 160
CRÉDITOS: 4
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: PRODUCCION EJECUTIVA I
CÓDIGO: PRBA02

1. DESCRIPCIÓN:

La asignatura Producción Ejecutiva II consiste en el análisis crítico de parte de los estudiantes, frente a un producto audiovisual, así como el desarrollo ordenado de los procesos de pre – producción, producción y post – producción con el estudio y desarrollo de cómo desarrollar y presentar proyectos televisivos con los procesos de producción necesarios. Conocerán los alumnos el proceso de creación, desarrollo, realización y comercialización de un producto audiovisual, así como su planificación y cuidadoso manejo.

2. OBJETIVO:

Utilizar las técnicas y procedimientos básicos de acuerdo con las necesidades de los procesos de producción de un programa de televisión en una propuesta de programa que se ajuste al formato establecido y que demuestre solvencia profesional.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
-----	--------------------

1	<p>MICROFONOS Y LA MUSICA EN EL AUDIOVISUAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> Tipos de micrófonos por su electrónica interna, por sus patrones de recepción. Categorías de la música en un audiovisual, y factores de la selección de la música.
2	<p>ILUMINACIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> Luces básicas, donde se colocan y para qué sirven, filtros y auxiliares de la iluminación.
3	<p>PROGRAMAS DE TELEVISIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> De acuerdo a su forma de transmisión, forma de realización, locación y talentos.
4	<p>PLANOS CUADRICULADOS Y CLAQUETAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> Uso, importancia y aplicación práctica.
5	<p>PRODUCCIÓN. FASES Y PLAN.</p> <ul style="list-style-type: none"> Sistemas técnicos de toma de imágenes y tipos de distribución de la señal de televisión. Decisiones económicas de producción. El proceso creativo: idea, sinopsis, argumento, escaleta y guión. El guión: primera herramienta de trabajo. Las fases de la producción: pre-propostproducción. Preproducción: desglose, presupuesto, plan de trabajo. Desglose de guión. El presupuesto. El plan de trabajo herramienta definitiva.

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Para el completo entendimiento y comprensión de la asignatura Producción ejecutiva II se concentra al alumno ya no tanto en la terminología, sino mas bien en la practica en cada uno de los elementos de los procesos de la pre-producción que se va explicando, en cada etapa del proceso de pre producción será de vital importancia que cada alumno desarrolle individualmente en forma practica un deber en torno a la clase; confecciones de planos cuadrículados (planta o distribución del estudio), creación de escaletas; libretos dramáticos, de noticias, entretenimientos (variedades), Desgloses, planes de trabajo; todo esto servirá de base fundamental para la comprensión de la materia Producción ejecutiva III donde se verán procesos de producción.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Hacer un análisis crítico frente a la	VALORAN la importancia del proceso

decisión del formato de producción a utilizar en una determinada producción.	de observación, análisis e investigación que permite generar productos comunicacionales de calidad.
Manejar una producción con una y con múltiples cámaras.	DOMINAN el lenguaje audiovisual.
Leer y entender los ratings de sintonía de los diferentes tipos de programa.	CONOCEN los tipos de programas de televisión, radio o espacios de prensa, donde se desarrolla la comunicación y preparan los mensajes acordes a los procesos adecuados de difusión.
Elaborar libretos, desgloses, planes de trabajo y presupuestos, así como armar y desarrollar propuestas de programas de televisión.	CONOCEN los tipos de programas de televisión, radio o espacios de prensa, donde se desarrolla la comunicación y preparan los mensajes acordes a los procesos adecuados de difusión.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- La evaluación buscará analizar la capacidad de los estudiantes para relacionar los conocimientos, así como el desarrollo de las destrezas y habilidades para aplicar la ciencia. La evaluación se basará en una prueba escrita sobre los temas desarrollados en clases; adicional a este tipo de evaluaciones, los estudiantes deberán presentar trabajos escritos sustentados con la respectiva exposición, donde utilizarán elementos gráficos o audiovisuales:

7. BIBLIOGRAFÍA:

1. José María Castillo (1997). **Elementos del Lenguaje Audiovisual**. Unidad Educativa IORTV, Madrid, España.
2. Miguel Sainz (1994) **Manual Básico de Producción en Televisión**. IORTV, Madrid, España
3. **Rafael Duanny Navarro (2000) Manual de Producción. ITV. Guayaquil, Ecuador**
4. Uso de micrófonos. Alec Nisbett. IOR La iluminación en televisión. Gerald Millerson. IORTV, Segunda edición.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: TEORIA DE LA COMUNICACIÓN II
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL: II
TOTAL DE HORAS: 120
CRÉDITOS: 3
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: TEORIA DE LA COMUNICACIÓN I
CÓDIGO: TEBA02

1. DESCRIPCIÓN:

La carrera de Comunicación, se desarrolla en diferentes contextos, buscando profesionales con la mayor versatilidad, esto implica el conocimiento de los diferentes programas y sus diferencias a nivel de formato y grupos objetivos a los que se dirigen, por esa razón analizamos las diferentes posibilidades para crear impactos efectivos en la comunicación.

2. OBJETIVO:

Lograr versatilidad en los profesionales y capacidad de análisis para adaptarse a cualquier medio o programa donde se desempeñe el comunicador.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	<ul style="list-style-type: none">El arte de entrevistar. Formatos básicos de entrevistas. Métodos para obtener contestaciones lógicas y razonables. Manteniendo vivo el tema de la entrevista. Que se debe y no se debe hacer en una entrevista.

2.	<ul style="list-style-type: none"> Programas de debates. Cuando se justifican los programas debates. Reglas de programas debates. Manteniendo la imparcialidad. Manejo de temas difíciles. Eventos y ocasiones especiales.
3.	<ul style="list-style-type: none"> Noticias. Requisitos y deberes del periodista. Estilos de noticias y su impacto. Noticiero técnicas y operación. Presentaciones y despedidas. Manejo de malas noticias.
4.	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de comunicadores. Estilos de comunicadores. Estilos de comunicación. Desarrolle un estilo. Improvisación. La improvisación planificada. Principios de una buena improvisación
5.	<ul style="list-style-type: none"> Programas de variedades. Programas musicales, eventos formales. Conocimiento de interioridades a nivel de producción. Transmisiones deportivas. Especialidades en radio y tv. El narrador y técnicas de narración

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Manejo de conceptualizaciones teóricas básicas para el conocimiento de metas u objetivos del comunicador social.
- Análisis de diferentes estilos de comunicación por medio de referentes y se trabaja a nivel individual la situación de cada estudiante como comunicador y el desarrollo de su estilo, por medio de trabajos prácticos y ejercicios que dependerán de cada estudiante. Una vez pulida la parte comunicacional del estudiante se procede, por medio de prácticas en clase a aplicar lo aprendido en los diferentes formatos de programas de televisión.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Reconocer los formatos de programas donde puede desarrollarse.	CONOCEN los tipos de programas de televisión, radio o espacios de prensa, donde se desarrolla la comunicación y preparan los mensajes acordes a los procesos adecuados de difusión.
Poder adaptar sus mensajes a los	APLICAN las diversas estrategias

diferentes grupos objetivos a los que se dirija.	comunicativas acordes a los diferentes públicos definiendo el tipo y la forma efectiva de transmisión de mensajes.
Manejar presentaciones, entrevistas, debates etc.	UTILIZAN adecuadamente las herramientas técnicas como prompter, cámaras, micrófonos, editoras, etc., como un recurso efectivo para transmitir las notas, reportajes, entrevistas y demás producciones de corte comunicacional en los diferentes medios.
Desarrollar un estilo de comunicación de acuerdo a sus intereses profesionales.	APLICAN de forma adecuada el manejo de la expresión vocal y corporal en el desarrollo de un recurso audiovisual, sea este un programa de variedades, un reportaje, una entrevista, la lectura de noticias, un debate, etc., de forma que se adecúe a la estructura de programas de televisión, radio, prensa escrita e internet.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Análisis e interpretación de los tipos de trabajo del comunicador.
- Desarrollo de habilidades para llevar a cabo noticias, reportajes científicos, investigativos, interpretativos, semblanzas, así como diversos tipos de entrevistas.
- Análisis de los recursos expresivos: vocal, visual, verbal.

7. BIBLIOGRAFÍA:

Titulo	Autor
COMUNICACIÓN ORAL	ELIEN MC.ENTEE
TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN	ARMAND MATELART
Ante Cámara	William Hawes
<u>Comunicarse eficazmente, un reto para todos - Sobre la comunicación</u>	Yalilis Castillero Amador



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: REALIDAD INTERNACIONAL
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: BÁSICA
NIVEL:III
TOTAL DE HORAS: 120
CRÉDITOS: 3
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: RICO03

1. DESCRIPCIÓN:

La asignatura Realidad Internacional consiste en el estudio de las más importantes zonas geográficas del mundo y la evolución de su historia.

Se centra fundamentalmente en el estudio de los principales cambios políticos y sociales que se han producido en el planeta hasta nuestros días.

2. OBJETIVO:

Que el alumno llegue a tener los elementos teóricos prácticos necesarios que le permitan conocer los fundamentos de la política, la economía, la historia y la geografía de las áreas más importantes del mundo, con el objetivo de brindarle al alumno una panorámica de la situación del planeta hasta nuestros días.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	CAPITULO I. <ul style="list-style-type: none">• EUROPA. Extensión. Límites. División Política.• La Comunidad Económica Europea.• Población según sus regiones. Composición étnica.

	<ul style="list-style-type: none"> • Sus relaciones con el Ecuador
2.	<ul style="list-style-type: none"> • Su historia. La segunda guerra mundial
3.	<p>CAPITULO II.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asia. Extensión. Límites. División Política. • El problema árabe – judío • Los países del Golfo Pérsico. El petróleo. China. Japón
4.	<p>CAPITULO III.</p> <ul style="list-style-type: none"> • África. Relaciones con los demás países. • El proceso de descolonización. África del norte • África central y austral
5.	<p>CAPITULO IV.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El continente americano • América del Norte • América Central • América del sur • Ecuador en el contexto Americano

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Se trabajará en base a procesos de aprendizaje activo y participativo.
- Debates, conferencias.
- Análisis de situaciones actuales a nivel mundial y la postura del profesional de la comunicación en ese ámbito específico.
- Mapas conceptuales, ensayos, redes conceptuales e informes.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Identificar los diferentes estadios de desarrollo de la sociedad, fundamentalmente entre socialismo y capitalismo	POSEEN el hábito de la lectura y son conscientes de la necesidad de estar actualizados en áreas de información y nuevas tecnologías que permitan

	desarrollar productos comunicacionales acordes a las exigencias del mercado y que a su vez respondan a las realidades del momento.
Conocer la ubicación de las diferentes áreas geográficas y los sistemas socio económico que predominan, así como los principales hechos que lo provocaron.	CONOCEN los sucesos relevantes ocurridos en el país y en el mundo, en relación a temas de actualidad, de información y de cultura general y a partir de ellos desarrollan procesos investigativos adecuados.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Análisis e interpretación de la situación que vive hoy nuestro mundo.
- Planteamientos sobre las formas de su desarrollo.
- Implementación de facilidades por parte de las instituciones gubernamentales en el desarrollo de estos y la eliminación de la desigualdad entre el norte y el sur

7. BIBLIOGRAFÍA:

1. TEXTO. Historia Universal. AUTOR. Gustavo Dubuchet Guerra.
2. EDITORIAL. Pueblo y Educación. EDICION. Tercera.
3. TEXTO. Historia del mundo actual (1945-2005) Autor. Azcona Pastor, José Manuel, (aut.). Editorial Universitas, S.A. Edición. Primera.
4. TEXTO. De Robespierre al Che Guevara. Autor. Durschmied, Erik, Ribas Casellas, Montserrat. Editorial. Ribinbook S.L. Edición. Primera.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: INGLES I
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: BÁSICA
NIVEL:III
TOTAL DE HORAS: 80
CRÉDITOS: 2
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: INCO03

1. DESCRIPCIÓN:

Se entiende como las actividades encaminadas a desarrollar las habilidades de lectura, escritura, comprensión y comunicación del inglés como segunda lengua, mejorando su gramática, vocabulario y comprensión lectora. Para ello las clases se dan de manera interactiva, con trabajos en grupo, exposiciones orales, trabajos y evaluaciones escritas que permitirán al maestro consolidar las habilidades adquiridas.

2. OBJETIVO:

Los alumnos serán capaces de utilizar las habilidades y estrategias aprendidas en el curso para convertir al inglés en una herramienta que les ayude a comunicarse con personas de todo el mundo. Serán conscientes de la necesidad del inglés para lograr su internalización en distintas esferas de su vida.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR.

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	<ul style="list-style-type: none">• Spelling: Syllables• Grammar: Proper and common nouns.• Grammar: Proper and common nouns.• Reading Comprehension: Main Idea.• Gramar: Verb to be

2.	<ul style="list-style-type: none"> • Reading: Read stories with the verb to be. • Grammar: regular and irregular verbs. • Reading Comprehension: Using the dictionary • Grammar : : regular and irregular verbs
3.	<ul style="list-style-type: none"> • Writing: Building shorts paragraphs • Grammar: Subjects and predicates • Reading: Plurals- Finding Mistakes. • Grammar: Subject Pronouns- Singular and Plurals pronouns
4.	<ul style="list-style-type: none"> • Reading Comprehension. Main idea • Grammar: Subject pronouns • Writing: Write short paragraphs

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Trabajos en grupo que promuevan la interacción entre los estudiantes.
- Concursos en donde puedan demostrar sus habilidades.
- Pruebas escritas con su respectiva retroalimentación.
- Prácticas en el inglés básico que permitan alcanzar seguridad en las formas de comunicar del estudiante que inicia su acercamiento a una segunda lengua extranjera

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Escribir de una manera eficaz pequeños párrafos en inglés.	IDENTIFICAN las formas efectivas de redacción a través del dominio del idioma dependiendo del medio de comunicación en el cual se difunde su trabajo y las adaptan adecuadamente a su producto final.
Leer ágilmente y sin dificultad oraciones con una correcta estructura gramatical.	POSEEN el hábito de la lectura y son conscientes de la necesidad de estar actualizados en áreas de información y nuevas tecnologías que permitan

	desarrollar productos comunicacionales acordes a las exigencias del mercado y que a su vez respondan a las realidades del momento.
Expresar sin dificultad sus opiniones acerca de historias cortas y sencillas.	DOMINAN las técnicas de expresión oral y corporal reconociendo los procesos efectivos y profesionales de transmisión de un mensaje.
Aplicar de manera eficiente habilidades gramaticales en la escritura de oraciones.	IDENTIFICAN las formas efectivas de redacción a través del dominio del idioma dependiendo del medio de comunicación en el cual se difunde su trabajo y las adaptan adecuadamente a su producto final.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- La evaluación buscará analizar la capacidad de los estudiantes para relacionar los conocimientos, así como el desarrollo de las destrezas y habilidades. La evaluación se basará en una prueba escrita sobre los temas desarrollados en clases; adicional a este tipo de evaluaciones, los estudiantes deberán presentar trabajos escritos sustentados con la respectiva exposición, donde utilizarán elementos gráficos o audiovisuales:

7. BIBLIOGRAFÍA

1. Texto: Comprehension Curriculum
Autor: Patricia Opaskar and Mary Ann Trost
Editor: American Education Publishing
2. Texto: Advance Grammar
Autor: Martin Hewings
3. Texto: Instant Synonyms and Antonyms
Autor: Donald O. Bolander
Editorial: Dell Publishing



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: COMUNICACIÓN PARA TV Y RADIO I
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL:III
TOTAL DE HORAS: 160
CRÉDITOS: 4
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: TEORIA DE LA COMUNICACIÓN II
CÓDIGO: COCO03

1. DESCRIPCIÓN:

Esta asignatura consiste en preparar a los estudiantes de Comunicación, en el manejo del cuerpo, de la voz y las palabras ante la cámara. Aborda las técnicas básicas para la presentación de documentales, noticieros, programas informativos y programas de variedades.

2. OBJETIVO:

Enseñar a los comunicadores de televisión a evaluar su trabajo, aprovechar sus habilidades y minimizar sus defectos. Dar la información necesaria para trabajar con éxito en la industria de los medios audiovisuales.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	LECTURA EN SUS DIFERENTES ESTILOS. La lectura como actividad integral. Objetivos: obtención de información, penetración en el significado y comprensión del propósito del autor, aporte creador en su realización. Errores frecuentes que deben evitarse. Características de un buen lector oral: entonación correcta, entonación adecuada, expresividad o emotividad, voz cultivada y susceptible a adaptarse a toda gama emocional,

	dominio de los movimientos corporales y de la postura, capacidad imaginativa y emocional.
2.	<p>LA ARTICULACIÓN, LA ENTONACIÓN Y LA EXPRESIVIDAD COMO PILARES BÁSICOS DE UNA BUENA LECTURA ORAL.</p> <p>La articulación. La expresividad. La entonación. Sus leyes. Relación de la entonación con los signos de puntuación. Los esquemas de entonación. La curva de entonación. Importancia de la curva melódica. Los grupos fónicos. Las pausas. La lectura expresiva. La lectura coral. La lectura dramatizada. Objetivos. Selección de la obra. Conocimientos previos de la obra en su conjunto. Conocimiento sobre el personaje que se interpreta. La realización. Lectura de textos para radio y televisión.</p>
3.	<p>FORMAS ESPONTÁNEAS DE LA EXPRESIÓN ORAL EN RADIO Y TV.</p> <p>La conversación: espontaneidad del flujo de la expresión, sencillez de las palabras. Naturalidad de las expresiones, fluidez, seguridad y personalidad, atmósfera amena. El comentario periodístico, editorial, informativo, interpretativo, convincente, inductivo. La discusión. Carácter improvisado. La argumentación como procedimiento fundamental. La expresión oral ante el público. Dominio absoluto de la materia. Cualidades del buen orador, locutor. La exposición y la disertación. La declamación</p>
4.	<p>EL MENSAJE VERBAL. LA MAGIA DE LAS PALABRAS.</p> <p>Introducción. Comunicación verbal y significados: denotativos, connotativos. Significados múltiples: casos especiales. Percepción humana. La percepción como creación de significados. Percepción selectiva. La interpretación. Etapas. El entorno semántico y el proceso de abstracción. Pirámide de la abstracción. La magia de las palabras. Cómo mejorar la comunicación verbal. Recomendaciones.</p>
5.	<p>LA LOCUCIÓN.</p> <p>La voz como elemento esencial del locutor. Educación de la voz. Clasificación de las voces. Terapia del lenguaje. La pronunciación. Ejercicios de dicción para el locutor. Manejo de las vocales y las consonantes. El locutor de radio y televisión. Principios. Normas. Cualidades. Funciones del locutor. El micrófono como escenario. El micrófono de mano, de solapa, inalámbrico. La improvisación. Prácticas. Disposición ante las cámaras. Comunicación individualizada. Conexión con la audiencia. Fotogenia y maquillaje. Gestos, mirada y actitud. Credibilidad y seducción. Pautas.</p>

4. METODO DE APRENDIZAJE:

- Método teórico-práctico en el que luego de dar la base teórica, se aplica en clase lo aprendido por medio de la práctica, con presencia del maestro para corregir fallas, la práctica es grabada en video para que las observaciones hechas en el

mismo sean asimiladas por el estudiante y aplicar con ello las correcciones a sí mismo.

- Se incentiva a la lectura por medio de trabajos de conocimiento general en el que comentan y dan opiniones acerca de la realidad nacional y mundial y así también mejorar el léxico de los estudiantes de comunicación.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Demostrar dominio de las técnicas de comunicación, locución y presentación en radio y televisión a través de la aplicación de los conocimientos teórico – prácticos de las principales categorías.	<p>DOMINAN las técnicas de expresión oral y corporal reconociendo los procesos efectivos y profesionales de transmisión de un mensaje.</p> <p>CONOCEN los tipos de programas de televisión, radio o espacios de prensa, donde se desarrolla la comunicación y preparan los mensajes acordes a los procesos adecuados de difusión.</p>

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Análisis del trabajo corporal.
- Análisis del trabajo vocal.
- Análisis del trabajo de la lectura ante cámara y con teleprometer.
- Análisis del trabajo con la imagen predominante.

7. BIBLIOGRAFÍA:

Título	Autor
Taller de Análisis de la Comunicación 1 y 2	De la Torre Zermeño y De la Torre Hernández
Comunicación Oral	Eileen Mc Entee



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: RELACIONES PÚBLICAS I
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL:III
TOTAL DE HORAS: 160
CRÉDITOS: 4
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: RPC003

1. DESCRIPCIÓN:

La asignatura Relaciones Públicas I ofrece las herramientas teóricas y prácticas que se deben conocer en el campo de las Relaciones Públicas y la comunicación humana. Los estudiantes entrarán en conocimiento de técnicas para establecer una correcta comunicación en diferentes escenarios (ej., clase, trabajo, discursos, conferencias, etc.), que permita la conquista de mercados, la proyección de la imagen de una empresa, la conquista de públicos con ética, y la implementación de un modelo de dinámica de las comunicaciones.

2. OBJETIVO:

Que el alumno llegue a tener los elementos teóricos prácticos necesarios que le permitan conocer los fundamentos de la planeación y desarrollo que rigen las relaciones públicas y que influyen prácticamente en todas las decisiones gerenciales que se toman hoy día.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	<ul style="list-style-type: none">• Relaciones Humanas, públicas y la comunicación.• La comunicación humana: El miedo a hablar en público.

2.	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación humana: • Las barreras en el proceso de la comunicación.
3.	<ul style="list-style-type: none"> • El Papel de las relaciones Públicas: • Desafío • Alcance global • Definiciones • Elementos • Diferencias entre relaciones públicas y periodismo. • Diferencias entre relaciones públicas y publicidad. • Diferencias entre relaciones públicas y marketing. • Respaldo de las Relaciones Públicas al marketing.
4.	<p>Ética y profesionalismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es la ética? • Códigos de la ética • Código de buena práctica para comunicados de prensa en video. • Profesionalismo, licencias y acreditaciones. <p>La ética en la práctica individual</p>
5.	<p>Espectáculos, La fascinación por los famosos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de caso: La princesa Diana <p>El culto a la personalidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explicaciones psicológicas • La responsabilidad del especialista. • Promoción de un espectáculo • La publicidad en el mundo

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Se trabajará en base a procesos de aprendizaje activo y participativo.
- Debates, conferencias.
- Mapas conceptuales, ensayos, redes conceptuales e informes.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Manejarse eficazmente en el plano profesional contribuyendo con la organización que representa, cualquiera que esta sea, pudiendo actuar de manera Inter.-disciplinaria, poniendo en marcha a todas las áreas	RECONOCEN el valor del tiempo en cada uno de los procesos de producción, cumpliendo con su trabajo de forma responsable, y acorde con las exigencias y puntualidad requerida en la entrega

<p>institucionales al mismo tiempo: publicidad, marketing o comercialización, relaciones públicas, prensa, etc.</p>	<p>de sus productos audiovisuales.</p> <p>CONOCEN los tipos de programas de televisión, radio o espacios de prensa, donde se desarrolla la comunicación y preparan los mensajes acordes a los procesos adecuados de difusión.</p>
---	---

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Análisis e interpretación del sistema de las relaciones públicas
- Planteamientos sobre las formas de ejecución.
- Implementación de facilidades por parte de las instituciones gubernamentales en el desarrollo de las relaciones públicas.

7. BIBLIOGRAFÍA:

1. OCEANO. 2004. Expresión Oral. Máster Biblioteca Práctica de Comunicación. Barcelona, España.
2. Lesly, Ph. 1981. Nuevo Manual de Relaciones Públicas. Martínez Roca S.A... Barcelona, España. .
3. Leñero, V. 2002. Estrategias para entusiasmar al personal. 1^{ra} Ed. Editorial TOMO. México, D.F. Berne, R. 1985. Juegos en que participamos. Ed. DIANA. Parag



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: TÉCNICAS DE EXPRESIÓN VOCAL I
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL: III
TOTAL DE HORAS: 120
CRÉDITOS: 3
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: EVCO03

1. DESCRIPCIÓN:

La asignatura de Técnicas de Expresión Vocal 1, brinda las herramientas teórico prácticas necesarias para desarrollar las habilidades vocales de los alumnos como futuros comunicadores.

2. OBJETIVO:

Lograr que los alumnos dominen a nivel teórico práctico los recursos expresivos de la expresión vocal.

4. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	<p>La Voz como recurso de expresión y comunicación. Ejercicios de vocalización y respiración.</p> <p>Ejercicios de vocalización y respiración. El aparato fonador humano.</p> <p>La voz y la expresión durante la lectura.</p> <p>Ejercicios y lecturas de Trabalenguas.</p>

	El Fonema y la Sinalefa.
2.	<p>Ejercicios de vocalización y respiración.</p> <p>La lectura rápida.</p> <p>El ritmo y la pausa.</p> <p>La expresión corporal.</p> <p>Los cuidados de la voz.</p> <p>Oratoria e improvisación</p>
3.	<p>Ejercicios de vocalización y respiración.</p> <p>Elaboración de audios en Podcast.Micros</p> <p>Elaboración de audios en Podcast.Micros (Continuación)</p> <p>Elaboración de audios (Noticias, nacionales e internacionales)</p> <p>Elaboración de audios (cultura, deporte y espectáculo)</p> <p>Elaboración de audios (Documental)</p>
4.	<p>Ejercicios de vocalización y respiración.</p> <p>Elaboración de Micros (Video)</p> <p>Elaboración de documental (Histórico)</p> <p>Elaboración de documental (Cultural y Turístico)</p>

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Técnicas expositivas: clases teóricas
- Lecturas dirigidas
- Discusión lluvia de ideas y debate
- Trabajo Autónomo
- Trabajo Práctico

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Leer y hablar de manera fluida y clara	DOMINAN las técnicas de expresión oral y corporal reconociendo los procesos efectivos y profesionales de transmisión de un mensaje.
Proporcionar a la voz la expresión, sonido y dimensión consola al contexto en total armonía de emisor a receptor.	APLICAN de forma adecuada el manejo de la expresión vocal y corporal en el desarrollo de un recurso audiovisual, sea este un programa de variedades, un reportaje, una entrevista, la lectura de noticias, un debate, etc., de forma que se adecúe a la estructura de programas de televisión, radio, prensa escrita e internet.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Evaluación escrita o práctica, parcial o final.
- Trabajo Autónomo y/o virtual.

7. BIBLIOGRAFÍA:

- Lidia Argibay, Celia Pagan. COMO HABLAR EN RADIO Y TELEVISION (Entrenamientos para medios) Longseller, 2003.
- TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ORAL. Colección de desarrollo personal y laboral. Instituto Costarricense de Electricidad. Dirección de Prensa. Edición No.2
- Francis Balle. COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD (Evolución y análisis comparativo de los medios). Tercer Mundo Editores. 1991
- Paul Cliche. EL ANIMADOR POPULAR Y SU FUNCION EDUCATIVA.
- Marín Montin, Joaquín. IMAGEN, COMUNICACIÓN Y DEPORTE (Una aproximación teórica) Editorial Visión Libros.

- De La Torre Zermeño, De La Torre Hernandez. TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACIÓN. Mc Graw Hill, México. 1995.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: TÉCNICAS DE EXPRESIÓN CORPORAL I
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL:III
TOTAL DE HORAS: 120
CRÉDITOS: 3
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: ECC003

1. DESCRIPCIÓN:

La asignatura de Técnicas de Expresión Corporal 1, brinda las herramientas teórico prácticas necesarias para desarrollar las habilidades corporales de los alumnos como futuros comunicadores.

2. OBJETIVO:

Lograr que los alumnos dominen a nivel teórico práctico los recursos expresivos de la Expresión Corporal.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	<ul style="list-style-type: none">• El cuerpo como recurso expresivo del trabajo comunicacional.
2.	<ul style="list-style-type: none">• Principales categorías o lenguajes del trabajo corporal.

3.	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos corporales con diferentes tipos de programas.
4.	<ul style="list-style-type: none"> • El ritmo como manifestación expresivo.
5.	<ul style="list-style-type: none"> • La dramatización como manifestación expresivo.

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Se preparan las clases en procesos donde todos participen y aporten.
- Ejercicios donde se aplique lo teórico.
- Tareas donde se requiera de disciplina y constante ensayo, para mejorar la práctica.
- Se trabaja mucho con un seguimiento clase a clase, por eso se recomienda no faltar a ninguna sesión, pues estos ejercicios no se repetirán.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
<p>Dominar todos los recursos expresivos que intervienen en la Expresión Corporal.</p>	<p>DOMINAN las técnicas de expresión oral y corporal reconociendo los procesos efectivos y profesionales de transmisión de un mensaje.</p> <p>APLICAN de forma adecuada el manejo de la expresión vocal y corporal en el desarrollo de un recurso audiovisual, sea este un programa de variedades, un reportaje, una entrevista, la lectura de noticias, un debate, etc., de forma que se adecúe a la estructura de programas de televisión, radio, prensa escrita e</p>

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Interpretación de las categorías de la expresión corporal.
- Planteamientos sobre las formas de interpretación.

7. BIBLIOGRAFÍA:

- 1. CÓMO SE HACE UN ACTOR.**
SERGUEI KONSTANTIN STANISLAVSKI.
COLECCIÓN TEATRO Y DANZA
INSTITUTO DEL LIBRO LA HABANA, CUBA 1970.
- 2. EL MÉTODO DE LAS ACCIONES FÍSICAS.**
SERGUEI KONSTANTIN STANISLAVSKI.
EDITORIAL PUEBLO Y EDUCACIÓN.
INSTITUTO DEL LIBRO LA HABANA, CUBA 1983
- 3. DICCCIONARIO TEATRAL.**
PATRICE PAVIS.
EDICIONES PAIDÓS. 1980.
- 4. HACER ACTUAR.**
DE JORGE EINES
EDITORIAL GEDISA.
BARCELONA 2005.
- 5. LA DIRECCIÓN TETRAL.**
SERGIO ARAUZ.
COLECCIÓN ESTUDIOS.
CENTRO LATINOAMERICANO DE INVESTIGACIÓN TEATRAL.
CARACAS 1994.
- 6. TETARO, SOLEDAD, OFICIO, REVUELTA.**
EUGENIO BARBA.
CATÁLOGOS EDITORIAL S.R.L 1997.
- 7. CREANDO UN ROL.**
SERGEI KONSTANTIN STANISLAVSKI.
EDITORIAL PUEBLO Y EDUCACIÓN.
INSTITUTO DEL LIBRO LA HABANA, CUBA 1983.
- 8. APROXIMACIÓN A LA TELENOVELA.**
TOMAS LOPEZ PUMAREJO.
CÁTEDRA SIGNO E IMAGEN.
MADRID 1987.
- 9. PENSAR LA IMAGEN.**

SANTOS ZUNZUNEGUI.
CÁTEDRA UNIVERSITARIA DEL PAÍS VASCO.
SIGNO E IMAGEN.

10. PASES MÁGICOS.
CARLOS CASTANEDA.
EDITORIAL ATLÁNTIDA. 1998



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: GESTIÓN EMPRESARIAL
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: TITULACIÓN
NIVEL:III
TOTAL DE HORAS: 160
CRÉDITOS: 4
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: GECO03

1. DESCRIPCIÓN:

La materia de gestión empresarial busca el manejo administrativo de un proyecto con conocimiento de la planeación y organización de todos los recursos que un programa de televisión requiere y así obtener la mayor rentabilidad.

2. OBJETIVO:

Que el estudiante este en la capacidad de organizar los recursos humanos, físicos y financieros de cualquier proyecto para optimizar dichos recursos en todas las categorías de producción obteniendo mejores resultados.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	Generalidades. <ul style="list-style-type: none">• Administración: ciencia, teoría y práctica• Administración y sociedad• Ambiente externo. Responsabilidades sociales y éticas• Administración Global e interrelación con otras empresas

	<ul style="list-style-type: none"> • Administración comparada y calidad de operaciones.
2.	<p>Planeación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Naturaleza de la planeación • Objetivos de la planeación estructurada. • Estrategias y Políticas de planeación. • Premisas y directrices de planeación. • Toma de decisiones.
3.	<p>Organización.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Naturaleza de la planeación en la empresa. • Reingeniería y otros métodos de control y corrección. • Estructura organizacional. • Autoridad de línea y de jerarquía. • Descentralización. Organización eficaz y cultura organizacional.
4.	<p>Recursos de investigación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación entre administración y marketing. • Evolución de administración a técnicas de Marketing. • Monitoreo ambiental externo de la empresa. • Macro-ambiente interno de la empresa.
5.	<p>Dirección.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Factores humanos y motivación • Liderazgo • Comités y grupos de decisiones. • Comunicación entre grupos de dirección.
6.	<p>Dirección de proyectos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y control de proyectos. Principios generales. • Diseño y control de proyectos. • Investigación de factores que alteran los proyectos. • Evaluación económica de proyectos. • Vialidad de los estudios de proyectos.
7.	<p>Eficiencia del trabajo y proyectos a realizar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplazamientos. • Control de las actividades diarias. • Organización del día y semana de trabajo. • Diferenciación de lo urgente y lo planeado.

	<ul style="list-style-type: none"> • La verdadera eficiencia. Esencia. • Aplicación de diferentes métodos de eficiencia a las tareas diarias
--	--

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Se trabajará en base a procesos de aprendizajes activos y participativos.
- Ejemplos tipo de las realidad profesional
- Debates, conferencias.
- Mapas conceptuales, ensayos, redes conceptuales e informes.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Diseñar proyectos.	APLICAN constante y adecuadamente las técnicas de redacción y el correcto uso del idioma en su medio laboral, promoviendo productos comunicacionales que sean claramente decodificados, generen impacto y sean transmisores de estilos y usos idiomáticos correctos.
Analizar los proyectos y su viabilidad.	VALORAN la importancia del proceso de observación, análisis e investigación que permite generar productos comunicacionales de calidad

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Las dos evaluaciones en el curso están diseñadas para que el estudiante logre demostrar no solo la capacidad de comprender y aprender las diferentes teorías y desarrollos en clase, sino que además, deberá estar en capacidad de desarrollar ideas sobre puntos no vistos que requieren la aplicación de la teoría y su entendimiento adecuado.
- La evaluación de fin de curso representa la evaluación de todo el curso en un último examen. Es la recopilación práctica en la aplicación de los conocimientos de todos los deberes e investigaciones a lo largo del curso así como la materia acumulada hasta ese momento.

Por lo tanto se tomara en cuenta para la evaluación los siguientes parámetros:

- Participación y desarrollo de trabajos e investigaciones 10%
- Primera evaluación de ciclo 30%
- Segunda evaluación de ciclo 30%

- Examen Final compendio de todo el ciclo 30%
- Total evaluado** 100%

Cabe recalcar que las evaluaciones están dadas en toda la información dada en clases así como en los trabajos investigativos y de desarrollo de capítulos complementarios a la teoría dada en clases. Toda esa información será cuantificada en los exámenes.

7. BIBLIOGRAFÍA:

Título	Autor
Principios de Administración	George R. Terry & Stephen G. Franklin
Administración de recursos humanos	Fernando Arias Galicia
Elementos de Administration	Harold Koontz & Heinz Wehrich



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: REALIDAD NACIONAL
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: BASICA
NIVEL: IV
TOTAL DE HORAS: 120
CRÉDITOS: 3
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: RNC004

1. DESCRIPCIÓN:

Esta asignatura intenta que los estudiantes adquieran las capacidades integradas para Identificar datos, hechos, fenómenos y acontecimientos de la realidad geográfica, histórica, ambiental y hasta deportiva del Ecuador. Al analizar críticamente el conocimiento sobre la población y la producción del país se relacionan de mejor manera con los diferentes escenarios sociales y ambientales.

2. OBJETIVO:

Contribuir a la formación del estudiante logrando que sea capaz de analizar, entender y emitir juicios de valor sobre la realidad económica, política, social y cultural del Ecuador. Que a partir del entendimiento de nuestra realidad, sean capaces de buscar alternativas para una sociedad libre, justa y democrática, dispuestos a usar sus conocimientos y experiencias en progreso del país.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	LA REALIDAD HISTÓRICA Y CULTURAL. <ul style="list-style-type: none">Breve repaso de la historia: De dónde venimos los ecuatorianos. Los primeros habitantes. De Valdivia a los Quitus. El desarrollo preincásico.
2.	EL ECUADOR. DE LA CONQUISTA A LA REPÚBLICA.

	<ul style="list-style-type: none"> • La dominación española. Fundación de las ciudades. Asentamientos culturales y religiosos. La Gran Colombia: una realidad compleja. Los impuestos. Los virreinos. Primeros brotes libertarios. Del 10 de agosto de 1809 al 24 de mayo de 1822. El nacimiento de la república.
3.	<p>SIGLO XIX: ENTRE CONSERVADORES Y LIBERALES.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primeros gobiernos: Entre Flores y Rocafuerte. García Moreno, ¿El constructor o el “santo del patíbulo”? Eloy Alfaro: la revolución liberal y su influencia.
4.	<p>SIGLO XX: LA MODERNIZACIÓN DEL ESTADO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Misión Kemmerer y el nacimiento del Banco Central. Velasco Ibarra y el populismo en el Ecuador. El boom bananero. Las dictaduras militares en los 60 y 70.
5.	<p>LA REALIDAD POLÍTICA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los conflictos políticos. Constitución de 1978 y Ley de Partidos. El plan de retorno a la democracia. La gobernabilidad. Las instituciones políticas del Estado. Los partidos y movimientos políticos. La Revolución Ciudadana y la nueva Constitución.
6	<p>EL DIFERENDO LÍMITROFE ECUADOR-PERÚ.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La guerra del 41 y la nulidad del Protocolo de Río. El manejo de la política exterior. El armamentismo y la guerra de Paquisha. La tesis de la herida abierta. La guerra del Cenepa. Los acuerdos definitivos de paz entre los dos países. La integración binacional en el Siglo XXI.
7	<p>LA EXPLOTACIÓN PETROLERA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los primeros pozos en Ancón. El oriente es un mito. El consorcio Texaco-Gulf. La exportación de petróleo. De CEPE a Petroamazonas. La caducidad de los contratos petroleros. La expulsión de la Occidental. Del contrato de participación al contrato de prestación de servicios.
8	<p>LA DEUDA EXTERNA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El manejo de la deuda en los diferentes períodos democráticos. De los bonos Brady a los Global. La declaratoria de ilegalidad de la deuda. La renegociación forzada. La nueva deuda con China.
9	<p>LA CRISIS FINANCIERA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La debacle bancaria de 1998-2000. El salvataje bancario que quebró al país. La dolarización. La reactivación económica. El presupuesto general del Estado. Las cifras macroeconómicas actuales.

10	<p>LA REALIDAD SOCIAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los indígenas, nuevos actores políticos. La multiculturalidad. La identidad nacional. Los conflictos sociales. Los indicadores sociales actuales.
----	---

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Se trabajará en base a procesos de aprendizajes activos y participativos.
- Debates, conferencias, lecturas de periódicos y artículos importantes relacionados con la realidad nacional y el acontecer diario.
- Mapas conceptuales, ensayos, redes conceptuales e informes.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Ser protagonistas y se preparen a futuro para contribuir en la construcción del país analítico e inclusivo que soñamos.	RESPETAN las leyes establecidas dentro del marco laboral y social promoviéndolas constantemente a través de sus productos comunicacionales con el propósito de participar activamente en el mejoramiento del estándar de vida de la población.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Análisis e interpretación de la situación que vive hoy nuestro mundo.
- Planteamientos sobre las formas de su desarrollo.
- Implementación de facilidades por parte de las instituciones gubernamentales en el desarrollo de estos y la eliminación de la desigualdad entre el norte y el sur

7. BIBLIOGRAFÍA

1. Presidentes del Ecuador. Simón Espinosa Cordero, Guayaquil, 2005
2. Historia del Ecuador. AbyaYala, Enrique Ayala Mora. Quito 1997
3. El Poder Político en el Ecuador. Osvaldo Hurtado Larrea. Quito 1990.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: INGLES II
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: BÁSICA
NIVEL:IV
TOTAL DE HORAS: 80
CRÉDITOS: 2
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: INGLES I
CÓDIGO: INCO04

1. DESCRIPCIÓN:

Se entiende como las actividades encaminadas a desarrollar las habilidades de lectura, escritura, comprensión y comunicación del inglés como segunda lengua, mejorando su gramática, vocabulario y comprensión lectora. Para ello las clases se dan de manera interactiva, con trabajos en grupo, exposiciones orales, trabajos y evaluaciones escritas que permitirán al maestro consolidar las habilidades adquiridas.

2. OBJETIVO:

Los alumnos serán capaces de utilizar las habilidades y estrategias aprendidas en el curso para convertir al inglés en una herramienta que les ayude a comunicarse con personas de todo el mundo. Serán conscientes de la necesidad del inglés para lograr su internalización en distintas esferas de su vida.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR.

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	<ul style="list-style-type: none">• Reading: Homographs and Similes.• Grammar: Indefinite pronouns• Reading Comprehension: Short stories with questions.• Grammar: Adjectives

2.	<ul style="list-style-type: none"> • Writing: Sequence • Grammar: Comparatives and Superlatives adjectives • Reading: Using a Dictionary • Grammar: Adjectives- Demonstrative and indefinite. • Reading Comprehension: Main Idea.
3.	<ul style="list-style-type: none"> • Grammar: Interrogative and possessive adjectives • Writing: Descriptive sentences and details. • Reading: Guide Words • Reading Comprehension: Context Clues
4.	<ul style="list-style-type: none"> • Grammar: Prepositional Phrases as adjectives • Reading: Multiple meanings • Writing: Personal Narratives • Final Review

4. METODOLOGÍA DEL APRENDIZAJE:

- Trabajos en grupo que promuevan la interacción entre los estudiantes.
- Concursos en donde puedan demostrar sus habilidades.
- Pruebas escritas con su respectiva retroalimentación.
- Prácticas en Inglés usando el lenguaje televisivo en un nivel básico.

6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Escribir de una manera eficaz pequeños párrafos en inglés.	IDENTIFICAN las formas efectivas de redacción a través del dominio del idioma dependiendo del medio de comunicación en el cual se difunde su trabajo y las adaptan adecuadamente a su producto final.
Leer ágilmente y sin dificultad oraciones con una correcta estructura gramatical.	POSEEN el hábito de la lectura y son conscientes de la necesidad de estar actualizados en áreas de información y nuevas tecnologías que permitan

	desarrollar productos comunicacionales acordes a las exigencias del mercado y que a su vez respondan a las realidades del momento.
Expresar sin dificultad sus opiniones acerca de historias cortas y sencillas.	DOMINAN las técnicas de expresión oral y corporal reconociendo los procesos efectivos y profesionales de transmisión de un mensaje.
Aplicar de manera eficiente habilidades gramaticales en la escritura de oraciones.	IDENTIFICAN las formas efectivas de redacción a través del dominio del idioma dependiendo del medio de comunicación en el cual se difunde su trabajo y las adaptan adecuadamente a su producto final.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

La evaluación buscará analizar la capacidad de los estudiantes para relacionar los conocimientos, así como el desarrollo de las destrezas y habilidades. La evaluación se basará en una prueba escrita sobre los temas desarrollados en clases; adicional a este tipo de evaluaciones, los estudiantes deberán presentar trabajos escritos sustentados con la respectiva exposición, donde utilizarán elementos gráficos o audiovisuales:

7. BIBLIOGRAFÍA:

1. Texto: Comprehension Curriculum
Autor: Patricia Opaskar and Mary Ann Trost
Editor: American Education Publishing
2. Texto: Advance Grammar
Autor: Martin Hewings
3. Texto: Instant Synonyms and Antonyms
Autor: Donald O. Bolander
Editorial: Dell Publishing



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: VENTAS
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL: IV
TOTAL DE HORAS: 160
CRÉDITOS: 4
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: NO TIENE
CÓDIGO: VECO04

1. DESCRIPCIÓN:

Ventas es el punto central del proceso mercadológico y los factores que determinan los precios de las mercancías que se ofrecerán con técnicas para la distribución y exposición de productos.

2. OBJETIVO:

El objetivo básico es formar profesionales técnicos capaces de "planificar, organizar, ejercitar y controlar las ventas de acuerdo con la demanda en las industriales y otras organizaciones similares.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	TÉCNICAS BÁSICAS DE VENTAS. <ul style="list-style-type: none">• ¿Por qué es importante vender?• ¿Cómo se realiza una venta?• ¿Cómo comprender a los posibles clientes y a los clientes actuales?• ¿Cómo aprovechar el conocimiento sobre el producto?• ¿Cómo iniciar la venta?• ¿Cómo hacer una demostración efectiva?• ¿Cómo vencer la resistencia a la compra?• ¿Cómo cerrar una venta?

	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo forjar una personalidad de ventas?
2.	VENTAS AL POR MENOR Y AL POR MAYOR. <ul style="list-style-type: none"> • La creatividad en las ventas. • Tipos de ventas. • Ventas creativas al menudeo, al detalle. • Ventas industriales al por mayor.

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Exposición de temas
- Casos prácticos
- Ejemplos y experiencias reales
- Participación de los estudiantes
- Actividades individuales y grupales.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Planificar, organizar, ejercitar y controlar las ventas de acuerdo a las demandas en las industrias y otras organizaciones similares.	INTEGRAN los procesos comunicacionales estructurando productos audiovisuales acordes con las tendencias del mercado.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Examen 15 puntos
- Aporte 10 puntos
- Deberes 10 puntos

7. BIBLIOGRAFÍA:

Título	Autor
CURSO PRACTICO DE MERCADOTECNIA	Mc GRAW-HILL
MERCADOTECNIA	KOLER PHILIP
MERCADOTECNIA	FHOLTJE, HERBERT
INTRODUCCION AL MARKETING	MARTINEZ, JUAN
CURSO DE MERCADOTECNIA	Mc GRAW-HILL
MERCADOTECNIA DIRECTA	NASH, EDWARD

MERCADOTECNIA DIRECTA
INTEGRADA

ROMAN, ERNAN



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: TÉCNICAS DE EXPRESIÓN VOCAL II
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL:IV
TOTAL DE HORAS: 120
CRÉDITOS: 3
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITO: TECNICAS DE EXPRESION VOCAL I
CÓDIGO: EVCO04

1. DESCRIPCIÓN:

La asignatura de Técnicas de Expresión Vocal 2, brinda las herramientas teórico prácticas necesarias para desarrollar las habilidades vocales de los alumnos como futuros comunicadores.

2. OBJETIVO:

Lograr que los alumnos dominen a nivel teórico práctico los recursos expresivos de la expresión vocal como herramienta de comunicación y expresión en aras a una correcta locución y animación.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	El instrumento de la voz; ritmo, emisión y volumen. Vocalización y lectura: Sinalefas y trabalenguas. Vocalización y lectura: Pausa y ritmo. Vocalización y respiración: Locución programa deportivo. Vocalización y lectura: Locución programa juvenil.

2.	<p>Vocalización y expresión corporal. El empleo de las manos como recurso de expresión.</p> <p>Lectura y Locución.</p> <p>Vocalización: Locución programa de debate.</p> <p>Vocalización: Locución y conducción de un panel.</p> <p>Vocalización: Locución programa de farándula.</p>
3.	<p>Ejercicios de vocalización y respiración:</p> <p>Elaboración de audios en Podcast.Micros.</p> <p>Elaboración de audios en Podcast.Micros (Continuación).</p> <p>Elaboración de audios (Noticias, nacionales e internacionales).</p> <p>Elaboración de audios Cultura y Espectáculo. Durante un Concierto.</p> <p>Elaboración de audios (Documental).</p>
4.	<p>Ejercicios de vocalización y respiración:</p> <p>Elaboración de Micros (Video).</p> <p>Elaboración de documental (Histórico).</p> <p>Elaboración de documental (Cultural y Turístico).</p>

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Técnicas expositivas: clases teóricas
- Lecturas dirigidas
- Discusión lluvia de ideas y debate
- Trabajo Autónomo
- Trabajo Práctico

5. COMPETENCIAS:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Leer y hablar de manera fluida y clara	DOMINAN las técnicas de expresión oral y corporal reconociendo los procesos efectivos y profesionales de transmisión de un mensaje.
Proporcionar a la voz la expresión, sonido y dimensión consola al contexto en total armonía de emisor a	APLICAN de forma adecuada el manejo de la expresión vocal y

receptor.	corporal en el desarrollo de un recurso audiovisual, sea este un programa de variedades, un reportaje, una entrevista, la lectura de noticias, un debate, etc., de forma que se adecúe a la estructura de programas de televisión, radio, prensa escrita e internet.
-----------	--

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Evaluación escrita o práctica, parcial o final.
- Trabajo Autónomo y/o virtual.

7. BIBLIOGRAFÍA:

- Lidia Argibay, Celia Pagan. COMO HABLAR EN RADIO Y TELEVISION (Entrenamientos para medios) Longseller, 2003.
- TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ORAL. Colección de desarrollo personal y laboral. Instituto Costarricense de Electricidad. Dirección de Prensa. Edición No.2
- Francis Balle. COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD (Evolución y análisis comparativo de los medios). Tercer Mundo Editores. 1991
- Paul Cliche. EL ANIMADOR POPULAR Y SU FUNCION EDUCATIVA.
- Marín Montin, Joaquín. IMAGEN, COMUNICACIÓN Y DEPORTE (Una aproximación teórica) Editorial Visión Libros.
- De La Torre Zermeño, De La Torre Hernandez. TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACIÓN. Mc Graw Hill, México. 1995.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: TÉCNICAS DE EXPRESIÓN CORPORAL II
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: PROFESIONAL
NIVEL: IV
TOTAL DE HORAS: 120
CRÉDITOS: 3
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: TECNICAS DE EXPRESION CORPORAL I
CÓDIGO: ECCO04

1. DESCRIPCIÓN:

La asignatura de Técnicas de Expresión Corporal 2, brinda las herramientas teórico prácticas necesarias para desarrollar las habilidades corporales de los alumnos como futuros comunicadores.

2. OBJETIVO:

Lograr que los alumnos dominen a nivel teórico práctico los recursos expresivos de la Expresión Corporal en función a los diferentes tipos de programas.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	<ul style="list-style-type: none">El cuerpo como recurso expresivo del trabajo del comunicador.

2.	<ul style="list-style-type: none"> • Tomando el control del pánico escénico. • La mejor forma de expresar los diferentes mensajes. • Energía y entusiasmo.
3.	<ul style="list-style-type: none"> • El lenguaje de los gestos.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo del espacio en los diferentes programas. • Transmitir emociones a través de la danza.

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Se preparan las clases en procesos donde todos participen y aporten.
- Ejercicios donde se aplique lo teórico.
- Tareas donde se requiera de disciplina y constante ensayo, para mejorar la práctica.
- Se trabaja mucho con un seguimiento clase a clase, por eso se recomienda no faltar a ninguna sesión, pues estos ejercicios no se repetirán.
- Se promueve una puesta en escena de los estudiantes donde se logre la expresión corporal sin el uso de la palabra.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
<p>Dominar todos los recursos expresivos que intervienen en la Expresión Corporal.</p>	<p>DOMINAN las técnicas de expresión oral y corporal reconociendo los procesos efectivos y profesionales de transmisión de un mensaje.</p> <p>APLICAN de forma adecuada el manejo de la expresión vocal y corporal en el desarrollo de un recurso audiovisual, sea este un programa de variedades, un reportaje, una entrevista, la lectura de noticias, un debate, etc., de forma que se adecúe a la estructura de programas de televisión, radio, prensa escrita e</p>

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Interpretación de las categorías de la expresión corporal.
- Planteamientos sobre las formas de interpretación.
- Explorar distintos personajes.
- Explorar y dominar su propia creatividad.

7. BIBLIOGRAFÍA:

1. CÓMO SE HACE UN ACTOR.
SERGUEI KONSTANTIN STANISLAVSKI.
COLECCIÓN TEATRO Y DANZA
INSTITUTO DEL LIBRO LA HABANA, CUBA 1970.
2. EL MÉTODO DE LAS ACCIONES FÍSICAS.
SERGUEI KONSTANTIN STANISLAVSKI.
EDITORIAL PUEBLO Y EDUCACIÓN.
INSTITUTO DEL LIBRO LA HABANA, CUBA 1983
3. DICCCIONARIO TEATRAL.
PATRICE PAVIS.
EDICIONES PAIDÓS. 1980.
4. HACER ACTUAR.
DE JORGE EINES
EDITORIAL GEDISA.
BARCELONA 2005.
5. LA DIRECCIÓN TETRAL.
SERGIO ARAUZ.
COLECCIÓN ESTUDIOS.
CENTRO LATINOAMERICANO DE INVESTIGACIÓN TEATRAL.
CARACAS 1994.
6. TETARO, SOLEDAD, OFICIO, REVUELTA.
EUGENIO BARBA.
CATÁLOGOS EDITORIAL S.R.L 1997.
7. CREANDO UN ROL.
SERGEI KONSTANTIN STANISLAVSKI.
EDITORIAL PUEBLO Y EDUCACIÓN.
INSTITUTO DEL LIBRO LA HABANA, CUBA 1983.
8. APROXIMACIÓN A LA TELENOVELA.
TOMAS LOPEZ PUMAREJO.
CÁTEDRA SIGNO E IMAGEN.
MADRID 1987.

**9. PENSAR LA IMAGEN.
SANTOS ZUNZUNEGUI.
CÁTEDRA UNIVERSITARIA DEL PAÍS VASCO.
SIGNO E IMAGEN.**



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: COMUNICACIÓN PARA TV Y RADIO II
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: TITULACIÓN
NIVEL:IV
TOTAL DE HORAS: 160
CRÉDITOS: 4
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: COMUNICACIÓN PARA TV Y RADIO I
CÓDIGO: COC004

1. DESCRIPCIÓN:

Esta asignatura consiste en preparar a los estudiantes de Comunicación, en el manejo del cuerpo, de la voz y las palabras ante la cámara. Aborda las técnicas básicas para la creación y realización de todos los formatos de programas a nivel teórico y práctico

2. OBJETIVO:

Enseñar a los comunicadores de televisión a evaluar su trabajo, aprovechar sus habilidades y minimizar sus defectos. Dar la información necesaria para trabajar con éxito en la industria de los medios audiovisuales.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	EL PERIODISTA Y LOCUTOR EN ESTUDIO Y EN EXTERIORES. El periodista en estudio. La postura. Altura de la cámara. El valor del silencio. El enfoque de la noticia. Narración de historias. Noticiario. Elementos del guión del noticiario. El periodista en exteriores. Presentaciones en el lugar de la noticia. Planificación y encuadre. Posición de las manos y pies. Memorización ante las cámaras. Record sonoro. Apoyo de luz en exteriores.
2.	NORMAS Y TÉCNICAS PERIODÍSTICAS Y DE LOCUCIÓN. Las fuentes. Otras Fuentes. Releer y corregir. La narración y su técnica. Esquema de la narración Elementos y tipos de narración. Escritura y desarrollo de la

	<p>narración. El tiempo en la narración. El estilo narrativo. Los géneros periodísticos. El periodismo comentado. La noticia. Su estructura. Organización de temas: económicos, culturales, deportivos, políticos, nacionales, internacionales. Organización del personal: director, encargados. Secciones. Ensayo en seco. Grabación del programa. Evaluación de lo grabado. Críticas y corrección. El reportaje. Organización de grupos. Selección de personajes y temas. Ensayo en seco. La entrevista. La encuesta. El informe especial. El análisis noticioso. La crónica. La biografía y la necrología. El perfil. La crítica. La guía.</p>
3.	<p>LA ENTREVISTA. LA DISCUSIÓN. EL PANEL.</p> <p>La entrevista. Tipos: espontánea, dirigida. Planificación. Importancia de los fondos. Valor formativo del tema. Intereses que lo motivan. El periodista en la entrevista. Palabras de introducción. Intervenciones de los participantes. Palabras de conclusión. El entrevistado como centro de atención. La espontaneidad del flujo de la expresión. La sencillez de las palabras. La naturalidad de las expresiones. La atmósfera amena en que se desarrolla. La discusión. Controversia. La argumentación como procedimiento fundamental. Complejidad al hablar, escuchar, preguntar, explorar, discutir los problemas, ideas, modos de obrar. El panel. El moderador: presentador del tema: resalta su importancia. Exposición del procedimiento a seguir en el evento. Intervención de panelistas ante audiencia. Preguntas del público. Moderador como director del evento y enlace entre el público y panelistas.</p>
4.	<p>CONDUCCIÓN Y ANIMACIÓN.</p> <p>Técnicas de conducción de diversos programas: informativos, musicales, científico – culturales, variedades. La presentación: lenguaje no verbal. Presentación leída o escrita. Presentación de memoria. Presentación impromptu. Presentación extempore. El proceso de memorización. Interés. Asociación. Repetición. Preparación de una presentación. Los primeros 120 segundos. Lo que no se debe hacer en este período. Mensaje emocional. Control de la ansiedad, nervios, tensión. Signos, causas y dominio de tensión. Trucos a utilizar en caso de emergencia. El discurso silencioso. Movimientos de las manos, explicativos, reguladores, de adaptación. El lenguaje de los ojos. La magia de una sonrisa. El manejo del tiempo. El clima de la presentación: zona cálida, fría, óptima. Ayudas visuales. Ayudas tridimensionales. Material escrito de soporte.</p> <p>La animación. El animador. Tonos a emplear. Diversas facetas de la animación. En cabina, en estudio, al aire libre.</p> <p>Manejo del auditorio. Desenvolvimiento ante las cámaras. Gesticulación. Apreciación de diversas formas de animación. Organización de los diversos eventos. Comparación de distintos programas nacionales y extranjeros. Protocolo del maestro de ceremonia. Léxico apropiado. Presentación personal. Expresión corporal. Manejo del auditorio. Bases principales de teatro – actuación.</p>

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Método teórico-práctico en el que conocen el trabajo en los diferentes medios y formatos con prácticas en clase utilizando equipos técnicos que simulan la realidad de los diferentes medios, trabajos con presencia del maestro para su corrección y análisis, así como horas individuales de práctica que aseguran la pérdida del miedo a comunicarse frente a medios técnicos asegurándonos un contacto del estudiante con el mundo real. Evaluaciones frecuentes de las grabaciones hechas en clase, prácticas individuales y videos realizados como evaluación.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Abordar las peculiaridades de las entrevistas colectivas y personales.	UTILIZAN adecuadamente las herramientas técnicas como prompter, cámaras, micrófonos, editoras, etc., como un recurso efectivo para transmitir las notas, reportajes, entrevistas y demás producciones de corte comunicacional en los diferentes medios.
Abordar las peculiaridades de los reportajes colectivos y personales.	UTILIZAN adecuadamente las herramientas técnicas como prompter, cámaras, micrófonos, editoras, etc., como un recurso efectivo para transmitir las notas, reportajes, entrevistas y demás producciones de corte comunicacional en los diferentes medios.
Concebir y realizar el programa piloto de una revista de variedades.	APLICAN de forma adecuada el manejo de la expresión vocal y corporal en el desarrollo de un recurso audiovisual, sea este un programa de variedades, un reportaje, una entrevista, la lectura de noticias, un debate, etc., de forma que se adecúe a la estructura de programas de televisión, radio, prensa escrita e internet.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Análisis del trabajo corporal.
- Análisis del trabajo vocal.

- Análisis del trabajo de la lectura ante cámara y con teleprometer.
- Análisis del trabajo con la imagen predominante.

7. BIBLIOGRAFÍA:

Título	Autor
Ante Cámara	William Hawes
Comunicación Oral	Eileen Mc Entee
Taller de Análisis de la Comunicación 1 y 2	De la Torre Zermeño y De la Torre Hernández



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

DISEÑOS MICROCURRICULARES

ASIGNATURA: RELACIONES PUBLICAS II
UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: TITULACIÓN
NIVEL:IV
TOTAL DE HORAS: 160
CRÉDITOS: 4
CATEGORÍA DE LA ASIGNATURA: OBLIGATORIA
PRE REQUISITOS: RELACIONES PUBLICAS I
CÓDIGO: RPC004

1. DESCRIPCIÓN:

La asignatura Relaciones Públicas II consiste en el estudio de la opinión pública y de los líderes de opinión con relación a la percepción que estos tienen de una determinada institución, empresa, etc. Partiendo de estos elementos es que se confeccionan las distintas campañas con el objetivo de hacer coincidir los estados de opinión de acuerdo a los intereses de la institución.

2. OBJETIVO:

Que el alumno llegue a tener los elementos teóricos prácticos necesarios que le permitan conocer los fundamentos de la planeación y desarrollo que rigen las relaciones públicas y que influyen prácticamente en todas las decisiones gerenciales que se toman hoy día.

3. CONTENIDOS A DESARROLLAR:

No.	UNIDADES TEMÁTICAS
1.	CAPITULO I. <ul style="list-style-type: none">• Las asociaciones profesionales. Elementos de la práctica de las relaciones públicas.• Evolución histórica. Aparición del término Relaciones Públicas.• Las Relaciones Públicas en el Ecuador• Campo de aplicación de las Relaciones Públicas.

2.	CAPITULO II. <ul style="list-style-type: none"> • La opinión pública. El público. Sus elementos característicos. • Los sectores públicos. Los medios de comunicación. • Los eventos sociales. El público en general frente a la institución y su comunicación.
3.	CAPITULO III. <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones con los consumidores, la comunidad y gobierno. • La opinión de la comunidad, Relaciones gubernamentales, órganos regionales y locales. • El gobierno como ente regulador, creador de impuestos y como fuente de información.
4.	CAPITULO IV. <ul style="list-style-type: none"> • Organización de un departamento de relaciones públicas. • Relaciones institucionales. • Relaciones públicas internacionales.
5.	<ul style="list-style-type: none"> • Las relaciones públicas internacionales en el Ecuador

4. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE:

- Se trabajará en base a procesos de aprendizaje activo y participativo.
- Se realizarán debates diarios de los aspectos tratados en clases a través de informes y exposiciones de los temas entregados en la clase anterior. Los estudiantes deben adelantar la lectura comprensiva de los contenidos programados para cada sesión. Así la elaboración del conocimiento en la clase resultará rápida, consistente, significativa y gratificante.
- Entre las actividades prácticas se encuentra la participación en diferentes eventos que se irán organizando en la medida que se va avanzando en los aprendizajes y que evidencian los logros obtenidos.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

EL ESTUDIANTE ESTARÁ EN LA CAPACIDAD DE:	VINCULACIÓN CON EL PERFIL DE EGRESO:
Identificar las características más importantes de las Relaciones Públicas y su importancia para obtener el reconocimiento público.	APLICAN las diversas estrategias comunicativas acordes a los diferentes públicos definiendo el tipo y la forma efectiva de transmisión de mensajes

6. CRITERIOS DE EVALUACION:

- Análisis e interpretación del sistema de las relaciones públicas
- Planteamientos sobre las formas de ejecución.
- Implementación de facilidades por parte de las instituciones gubernamentales en el desarrollo de las relaciones públicas.

7. BIBLIOGRAFÍA:

1. TEXTO. Comunicación y Relaciones Públicas. AUTOR. José Daniel Baquero. EDITORIAL. McGraw Hill. EDICION. Primera.

2. TEXTO. ABC de las Relaciones Públicas. AUTOR. Black Sam. EDITORIAL. Gestión 2000. EDICION. Primera.

3. TEXTO. Manual de las Relaciones Públicas, Comunicación y Publicidad. AUTOR. José Daniel Baquero y Mario Baquero. EDITORIAL. Gestión 2000. EDICION. Primera.