



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA

Programa de Estudios

Plan de Estudio 2015

COMUNICACIÓN Y MEDIOS MASIVOS

SEXTO SEMESTRE

Autores:

Pamela Herrera Ríos

Verónica Yolanda Ocaña Arreola

Vicente Alfonso Gutiérrez Castillo

Dirección General de Escuelas Preparatorias



Culiacán Rosales, Sinaloa; Agosto de 2015

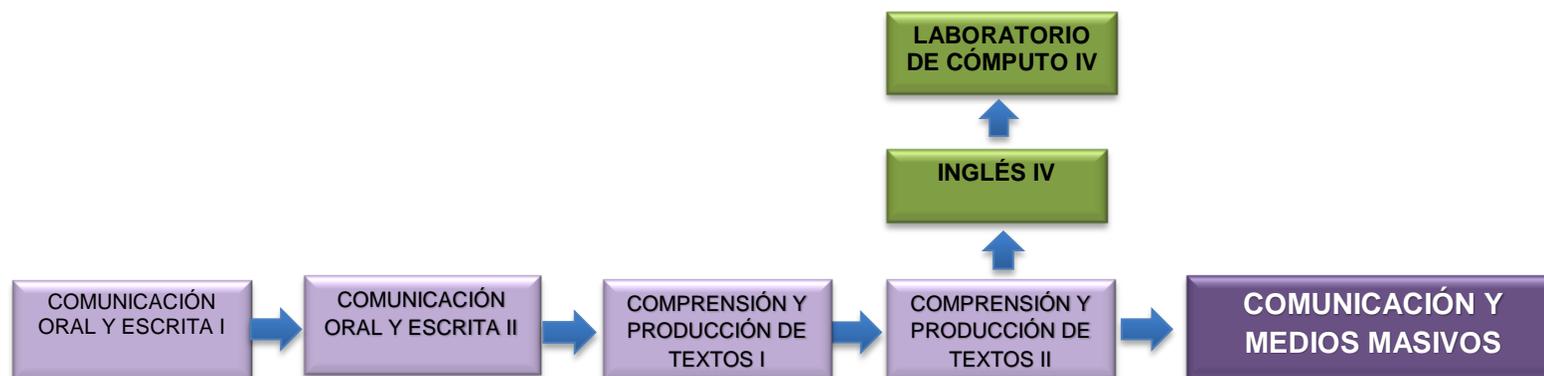
BACHILLERATO GENERAL

Programa de la asignatura

COMUNICACIÓN Y MEDIOS MASIVOS

Clave:	5662	Horas-semestre:	80
Grado:	Tercer	Horas-semana:	5
Semestre:	Sexto	Créditos:	8
Área curricular:	Comunicación y lenguajes	Componente de formación:	Propedéutico-Fases
Línea Disciplinar:	Comunicación	Vigencia a partir de:	Agosto del 2015

Organismo que lo aprueba: Foro estatal 2015: Reforma de Programas de estudio



Plan de Estudios 2015

Mapa Curricular

		Primer Grado		Segundo Grado		Tercer Grado	
		Semestre I	Semestre II	Semestre III	Semestre IV	Semestre V	Semestre VI
COMPONENTE BÁSICO	MATEMÁTICAS	Matemáticas I (4,7)*	Matemáticas II (4,7)	Matemáticas III (5,9)	Matemáticas IV (5,9)	Estadística (3,5)	Probabilidad (3,5)
	COMUNICACIÓN Y LENGUAJES	Comunicación oral y escrita I (3,5) Inglés I (3,5) Laboratorio de cómputo I (3,4)	Comunicación oral y escrita II (3,5) Inglés II (3,5) Laboratorio de cómputo II (3,4)	Comprensión y producción de textos I (4,7) Inglés III (3,5) Laboratorio de cómputo III (3,4)	Comprensión y producción de textos II (4,7) Inglés IV (3,5) Laboratorio de cómputo IV (3,4)		
	CIENCIAS EXPERIMENTALES	Química general (5,9) Biología básica I (5,9)	Química del carbono (5,9) Biología básica II (5,9)	Mecánica I (5,9)	Mecánica II (5,9)	Educación para la salud (3,5)	Ecología y desarrollo sustentable (3,5)
	CIENCIAS SOCIALES	Introducción a las Ciencias Sociales (3,5)	Historia de México I (3,5)	Historia de México II (3,5) Metodología de la Investigación Social I (3,5)	Historia mundial contemporánea (3,5) Metodología de la Investigación Social II (3,5)	Economía, empresa y sociedad (3,5)	
	HUMANIDADES	Lógica I (3,5)	Lógica II (3,5)	Ética y desarrollo humano I (3,5)	Ética y desarrollo humano II (3,5)	Literatura I (3,5)	Filosofía (3,5) Literatura II (3,5)
	ORIENTACIÓN EDUCATIVA	Orientación Educativa I (1,1)	Orientación Educativa II (1,1)	Orientación Educativa III (1,1)	Orientación Educativa IV (1,1)		
COMPONENTE PROPEDÉUTICO FASES DE PREPARACIÓN ESPECÍFICA	CIENCIAS FÍSICO-MATEMÁTICAS					Cálculo I (5,8) Estática y rotación del sólido (5,8) Electromagnetismo (5,9) Dibujo técnico I (3,5)	Cálculo II (5,8) Propiedades de la materia (5,9) Óptica (5,8) Dibujo técnico II (3,5)
	CIENCIAS QUÍMICO-BIOLÓGICAS					Cálculo I (5,8) Electricidad y óptica (5,9) Química cuantitativa I (5,8) Bioquímica (3,5)	Cálculo II (5,8) Propiedades de la materia (5,9) Química cuantitativa II (5,8) Biología celular (3,5)
	CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES					Hombre, sociedad y cultura I (5,8) Psicología del desarrollo humano I (5,8) Problemas socioeconómicos y políticos de México (5,9) Formación ciudadana (3,5)	Comunicación y medios masivos (5,8) Psicología del desarrollo humano II (5,8) Elementos básicos de administración (5,9) Apreciación de las artes (3,5)
Total de horas		30	30	30	30	30	30
SERVICIOS DE APOYO EDUCATIVO							
Programa de Orientación Educativa Departamental Programa Institucional de Tutoría				Programa de Servicio Social Estudiantil Programa de Formación Deportiva			
Programa de Formación Artística y Cultural							

*Indica horas y créditos de cada asignatura

I. Presentación general del programa

El currículum del bachillerato de la Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS), ha presentado modificaciones importantes desde la década de los 70. Las reformas curriculares de mayor relevancia fueron realizadas en los años 1982, 1984, 1994, 2006 y 2009. Las tres últimas mostraron un avance importante, con respecto a las reformas anteriores, porque ambas aspiraban a lograr un perfil integral del egresado, a partir de la implementación del modelo constructivista, con un enfoque centrado en el estudiante y el aprendizaje.

Desde el año 2009 se realizaron las adecuaciones pertinentes al Plan de estudios 2006, a fin de ingresar al Sistema Nacional de Bachillerato (SNB) y cumplir con lo establecido en el Marco Curricular Común (MCC) de la Reforma Integral de la Educación Media Superior (RIEMS). En el 2015, de nuevo se modifica el Plan y programas de estudio del bachillerato universitario, para estar en condiciones de atender y dar cumplimiento a lo establecido en el acuerdo 656, por el que se reforman y modifican los acuerdos 444 y 486 de la RIEMS.

La asignatura Comunicación y Medios Masivos, forma parte del plan de estudios de ***Currículo Bachillerato UAS 2015*** de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Ha sido producto de un proceso de desarrollo y adecuación que ha tenido el bachillerato universitario en busca de la pertinencia del aprendizaje de la comunicación y los lenguajes. Se diseña con base en un enfoque constructivista académico con acentuación en competencias, enfatizando el desarrollo de desempeños y actuaciones comunicativas que enfrenta el estudiante en su formación académica Media Superior que lo capacitan para desarrollar aprendizajes útiles para seguir sus estudios superiores o integrarse al trabajo productivo.

Uno de los aportes actuales es la acentuación para trabajar en el desarrollo de la competencia del estudiante, partiendo desde el enfoque constructivista, para lo cual se enfatiza el desarrollo de habilidades, el entrenamiento de las destrezas y desarrollo de capacidades, aunadas a la motivación actitudinal, que sustentada en la información recibida permita aprendizajes útiles para el desempeño propuesto.

Por lo anterior, se propone el desarrollo de contenidos que permitan el logro de tales desempeños, teniendo en cuenta el papel fundamental del proceso comunicativo para el aprendizaje. Se proponen aprendizajes básicos,

graduales, que permitan la integración y el mejoramiento de las habilidades de escuchar y leer para lograr las actuaciones de escribir y hablar acordes con las exigencias del nivel Medio Superior. Se apoya en la movilización integral de saberes y la realimentación interdisciplinar.

El proceso de diseño del programa fue apoyado en la metodología sugerida por R. Marzano y siguiendo el proceso de las dimensiones del aprendizaje

II. Fundamentación curricular

Como parte del plan de estudios del bachillerato universitario, para esta propuesta **Currículo Bachillerato UAS 2015** de la Universidad Autónoma de Sinaloa, la asignatura de Comunicación y Medios Masivos se ubica en el **sexto semestre** en el área de Comunicación y Lenguajes, disciplina de Comunicación, que responde a los planteamientos y requerimientos del Marco Curricular Común, (MCC) que abona al Sistema Nacional de Bachillerato (SNB) propuesto por la Secretaría de Educación Pública y suscrito por la Universidad Autónoma de Sinaloa al comprometerse con la Reforma Integral de la Educación Media Superior (RIEMS).

Comunicación y Medios Masivos contribuye al desarrollo de las competencias comunicativas de entrada y salida para el procesamiento de información: *leer-escribir* por lo que se propone a la aplicación de los procesos comunicativos a través de la descodificación de datos, a la jerarquización de información, al reconocimiento de estructuras textuales y marcadores espaciales por medio de la lectura de síntesis, la cohesión y coherencia con el fin de fomentar la asimilación de mensajes orales y escritos como apoyo para el logro de los aprendizajes de las diferentes asignaturas. Además, alude a la redacción de textos académicos, así como a la producción de textos tanto personales y de otros géneros, considerando la intención y situación comunicativa.

La realidad en la que el alumno se desenvuelve y se desenvolverá en el futuro, sea a través del trabajo o con la continuación de sus estudios, requiere de la reflexión crítica del papel que juega la comunicación en la vida cotidiana y, en este caso y en especial, la comunicación de masas mediante el empleo de instrumentos masivos de información y comunicación. Medios que se encuentran en cada ámbito de la vida del individuo, la cual no se puede concebir ahora alejada de la influencia que los medios de comunicación ejercen en la conciencia social.

Entender cómo funcionan los medios masivos para generar opinión pública, para sostener una sociedad de consumo. Entender cómo se van construyendo las redes sociales y conformando los hábitos y las formas sociales de convivencia así como reflexionar en los fenómenos de masificación, cosificación, mediatización, control y poder que propicia el uso de los medios masivos de comunicación se vuelve tarea indispensable para la conciencia social de los estudiantes del nivel medio superior y superior.

La reflexión deberá, en este caso, ir acompañada del desarrollo de habilidades y destrezas que permitan al estudiante de ahora, ciudadano de mañana, incursionar en el mundo de los medios de información y comunicación mediante la comprensión de su organización, de su estructura y la manipulación elemental de los mismos en niveles que permitan su utilización para el desarrollo de la vida democrática, de la vida ciudadana, de la libertad mediante la aceptación de la tolerancia del otro. La intención no es otra que propiciar en el alumno una visión crítica de su entorno comunicativo.

Por otro lado, el entendimiento de los procesos de comunicación social a través de los medios masivos permite al estudiante comprender su sociedad, solidarizarse con las causas humanas y comprender y tolerar las minorías que socialmente cobran relevancia en un mundo catalogado de posmoderno donde los problemas de género, de preferencia sexual, de capacidades diferentes, de credo, religión o raza, ocupan el centro de la discusión en la toma de decisiones, en la sociedad de consumo y en las políticas públicas.

Incorpora, en su proceso, el uso de tecnologías de la comunicación de forma crítica y creativa que permita el soporte para la integración como sujetos capaces de interactuar en el mundo orientado por el desarrollo tecnológico. Todo lo antes mencionado, propicia el rigor metodológico y la alfabetización informativa que permita la interdisciplinariedad y multidisciplinariedad del conocimiento aplicado.

III. Propósitos generales de la asignatura

El SNB sugiere que los estudiantes deberán incorporar las “competencias genéricas” a lo largo del bachillerato. Además cada institución educativa valorará a partir de su perfil de egreso las “competencias disciplinares básicas” y “competencias disciplinares extendidas” a incorporar con base en la RIEMS.

Por lo que el propósito general del curso de Comunicación y Medios Masivos en concordancia con dichas competencias que sustenta la propuesta del SNB, se plantea como:

- *Valora la influencia de los sistemas y medios de comunicación en su cultura, familia y comunidad, para ser crítico de la información que recibe con base en el análisis de la comunicación de masas.*

El curso es el cierre de las asignaturas del área de Comunicación y Lenguajes que, con base en el presente curso, desarrolla las habilidades, destrezas, capacidades y actitudes, de acuerdo con los otros niveles de desempeño exigidos por el SNB para el Nivel Medio Superior.

IV. Contribución al perfil del egresado

El perfil del egresado de nuestro bachillerato retoma las competencias genéricas, disciplinares y extendidas planteadas en el MCC inscrito en la RIEMS que se desarrolla en México, de las cuales algunas son idénticas, otras reformuladas y se adicionan nuevas como aportaciones originales por parte del bachillerato de la UAS. A los respectivos atributos y competencias disciplinares, así como extendidas, se le han incorporado criterios de aprendizaje, con la finalidad de expresar la intención didáctica de las competencias, a través de los diversos espacios curriculares. De esta manera, la correlación del presente programa de estudios mantiene estricta correlación con el Perfil del Egresado del Bachillerato de la UAS, y al mismo tiempo con el Perfil de Egreso orientado en el marco de la RIEMS. Las particularidades de esta correlación se muestran en los siguientes párrafos.

El modelo educativo del Bachillerato General de la UAS desarrolla en el estudiante competencias genéricas a partir de la contribución de las competencias disciplinares y extendidas que forman parte del componente de formación propedéutica. La inclusión de la asignatura de Comunicación y Medios Masivos responde a los requerimientos del Sistema Nacional de Bachillerato al colaborar con el perfil de egreso planteado por el bachillerato de la UAS, respondiendo a la misión de formar estudiantes integrales y comprometidos con su comunidad y su medio ambiente.

La asignatura de Comunicación y Medios Masivos integra la inclusión y manejo de textos de las disciplinas y asignaturas que forman parte del bachillerato de la Universidad Autónoma de Sinaloa, con la finalidad de reforzar el manejo de información sobre dichas temáticas e integrar los procesos cognitivos para la construcción de un pensamiento crítico y reflexivo.

A continuación se muestran las matrices que evidencian la correlación entre las competencias, atributos y criterios de aprendizaje a lograr en cada una de las unidades de Comunicación y Medios Masivos.

Las competencias genéricas y disciplinares extendidas señaladas en las siguientes tablas, se desarrollarán a lo largo del semestre, sin embargo, como método de evaluación se indica en qué momento se evaluarán.

COMPETENCIAS GÉNERICAS/UAS	ATRIBUTOS/UAS	CRITERIOS DE APRENDIZAJE	UNIDADES			
			I	II	III	IV
7. Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida.	7.3 Articula saberes de diversos campos y establece relaciones entre ellos y su vida cotidiana.	Plantea alternativas que contribuyen al desarrollo natural y/o social de su contexto, recuperando las aportaciones de diversos campos disciplinares.				✓
8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.	8.1 Plantea problemas y ofrece alternativas de solución al desarrollar proyectos en equipos de trabajo, y define un curso de acción con pasos específicos.	Valora el desarrollo de proyectos, considerando la influencia favorable o desfavorable del trabajo en equipo.	✓		✓	
	8.2 Aporta puntos de vista con apertura y considera los de otras personas de manera reflexiva.	Expresa opiniones sobre temas diversos, considerando la opinión de sus compañeros de manera crítica y reflexiva.		✓		✓

Contribución a las competencias disciplinares extendidas

C	COMPETENCIAS DISCIPLINARES EXTENDIDAS DE COMUNICACIÓN	CRITERIOS DE APRENDIZAJE	UNIDADES			
			I	II	III	IV
CE-1	Utiliza la información contenida en diferentes textos para orientar sus intereses en ámbitos diversos.	Utiliza la información contenida en textos personales, académicos, científicos y tecnológicos para orientar sus intereses en ámbitos diversos de manera ética y responsable.	✓			
CE-2	Debate sobre problemas de su entorno fundamentando sus juicios en el análisis y en la discriminación de la información emitida por diversas fuentes.	Debate acerca de problemas de su entorno, con base en el análisis y la discriminación ética y responsable de la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva.		✓	✓	
CE-3	Propone soluciones a problemáticas de su comunidad, a través de diversos tipos de textos, aplicando la estructura discursiva, verbal o no verbal, y los modelos gráficos o audiovisuales que estén a su alcance.	Propone soluciones a problemáticas de su comunidad, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe de manera ética y responsable.	✓			
CE-4	Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información.	Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información que se presenta en los diferentes medios masivos de comunicación.				✓
CE-5	Difunde o recrea expresiones artísticas que son producto de la sensibilidad y el intelecto humanos, con el propósito de preservar su identidad cultural en un contexto universal.	Difunde y promueve expresiones sociales y culturales de su comunidad, que favorecen la preservación de su identidad cultural, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe la información.		✓	✓	
CE-6	Determina la intencionalidad comunicativa en discursos culturales y sociales para restituir la lógica discursiva a textos cotidianos y académicos.	Determina la intención comunicativa de discursos culturales y sociales que se generan en los medios masivos de comunicación considerando el contexto donde se genera la información, además asume y expresa una postura personal al respecto.	✓			
CE-7	Valora la influencia de los sistemas y medios de comunicación en su cultura, su familia y su comunidad, analizando y comparando sus efectos positivos y negativos.	Valora la influencia de los sistemas y medios masivos de comunicación en su entorno, analizando y comparando sus efectos positivos y negativos.				✓

V. Orientaciones didácticas generales para la implementación del programa

El curso Comunicación y Medios Masivos se desarrolla a través del logro de actuaciones de los estudiantes. Para el logro de dichas actuaciones se cuida la alineación del aprendizaje esperado que se evidencia con el producto integrador y transversal, por medio de la secuencia didáctica de unidades de aprendizaje que desarrollan las actividades y los conocimientos de acuerdo a la estrategia definida por el propósito de la asignatura.

La asignatura se integra por cuatro unidades de aprendizaje con niveles de logro determinados, que se evidencian por medio de productos integradores de cada unidad. Para el logro de los aprendizajes esperados se sugiere, además del aprendizaje colaborativo y en equipo, la implementación de técnicas de aprendizaje acordes con el mismo aprendizaje y la movilización de saberes de forma gradual acordes con el nivel taxonómico sugerido, así como la realimentación del proceso de aprendizaje.

Se incorpora la utilización de recursos y medios de apoyo didácticos diversos y se propician prácticas fuera del aula que permitan el enriquecimiento de la actuación solicitada; así como ejercicios diversos y aplicaciones en diferentes contextos y situaciones. Además, se apoya en material informativo proporcionado fundamentalmente por un libro de texto escolar y fuentes bibliográficas y electrónicas complementarias. Se utilizan las tecnologías de la información y comunicación en la medida de lo posible combinándose los procesos de heteroevaluación, coevaluación y autoevaluación.

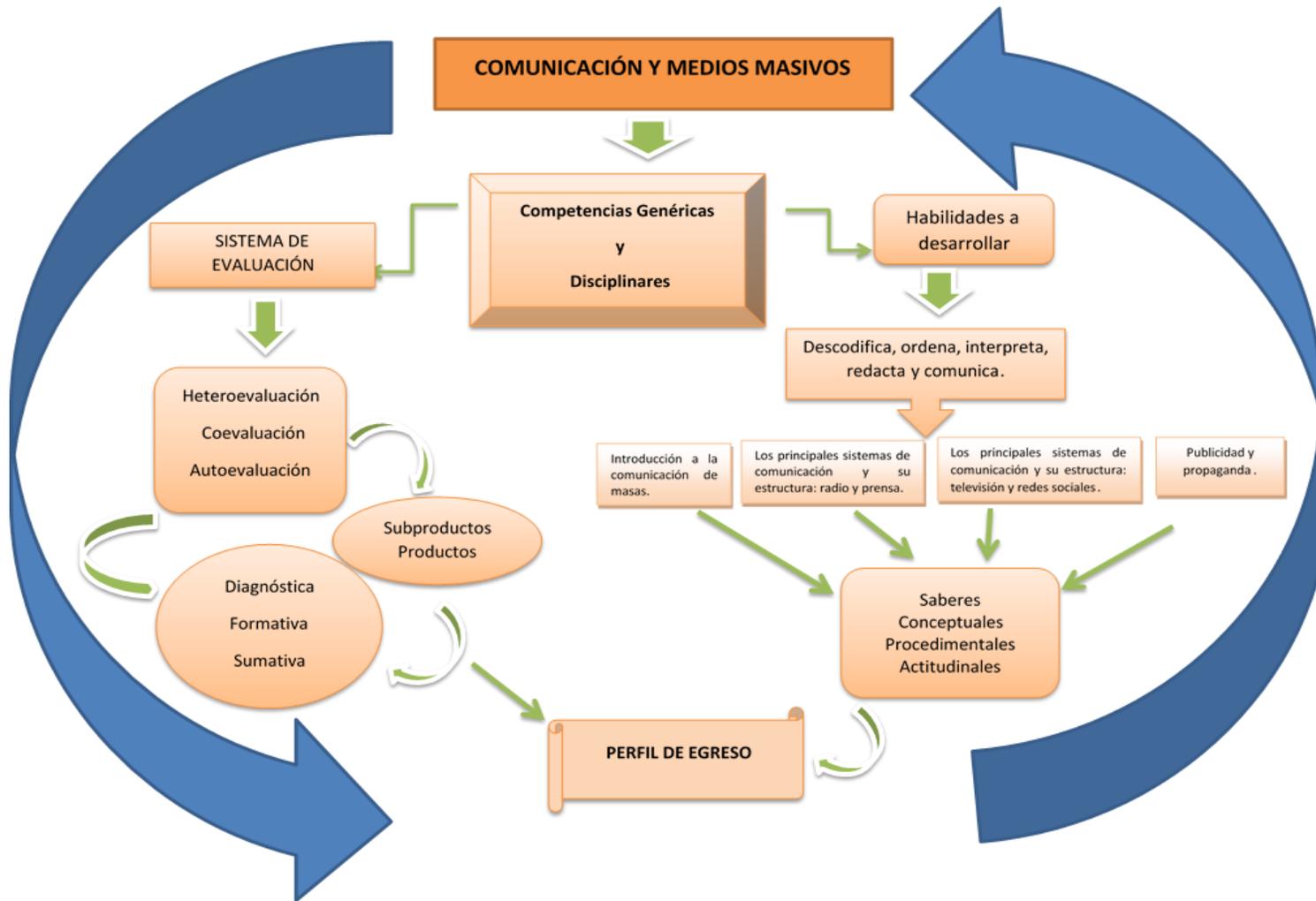
En las cuatro unidades temáticas de la asignatura de Comunicación y Medios Masivos se plantean una serie de estrategias para que el docente lleve a cabo en sus grupos, e incluso, se muestra cómo la naturaleza transversal de esta asignatura permite el trabajo multidisciplinar, haciendo una serie de propuestas de trabajo colegiado con otras asignaturas.

En cada unidad temática el docente encontrará en el apartado de estrategias didácticas una propuesta de trabajo frente a grupo. El curso de Comunicación y Medios Masivos, se encuentra diseñado para ser trabajado por procesos, desde el enfoque en competencias, siguiendo la propuesta de las cinco dimensiones del aprendizaje de Marzano (2005), Chan y Tiburcio (2000).

VI. Estructura general del curso

ASIGNATURA	Comunicación y Medios Masivos	
PROPÓSITO	Valora la influencia de los sistemas y medios de comunicación en su cultura, familia y comunidad, para ser crítico de la información que recibe con base en el análisis de la comunicación de masas.	
UNIDADES	PROPÓSITOS DE UNIDAD	HRS.
I. Introducción a la comunicación de masas.	Usa la información contenida en diferentes textos, para la orientación de sus intereses en ámbitos diversos, a partir de las teorías de la comunicación de masas.	15
II. Los principales sistemas de comunicación y su estructura: radio y prensa.	Debate problemas en su entorno, para fines de consenso social, a partir del análisis y discriminación de la información emitida por la radio y prensa.	25
III. Los principales sistemas de comunicación y su estructura: televisión y redes sociales.	Debate problemas en su entorno, para fines de consenso social, a partir del análisis y discriminación de la información emitida por la televisión y redes sociales.	25
IV. Publicidad y propaganda.	Valora la influencia de la publicidad y la propaganda en su cultura, familia y comunidad, para la toma de decisiones, con base en sus efectos positivos y negativos.	15
Totales:		80 Horas

Representación gráfica



Representación gráfica de las unidades.

COMUNICACIÓN Y MEDIOS MASIVOS

Propósito general:

Valora la influencia de los sistemas y medios de comunicación en su cultura, familia y comunidad, para ser crítico de la información que recibe con base en el análisis de la comunicación de masas.

I. Introducción a la comunicación de masas. (15 hrs.)

Usa la información contenida en diferentes textos, para la orientación de sus intereses en ámbitos diversos, a partir de las teorías de la comunicación de masas.

- 1.1. La comunicación.
 - 1.1.1. La comunicación como proceso
 - 1.1.2. Niveles de la comunicación
 - 1.1.3. Funciones esenciales de la comunicación
 - 1.1.4. Modelos de la comunicación
- 1.2. La comunicación como un proceso masivo
 - 1.2.1. Concepto de masa
 - 1.2.2. Medios de comunicación, tipos de medios.
 - 1.2.3. Breve caracterización de los medios de comunicación masiva
 - 1.2.4. Funciones de la comunicación masiva
 - 1.2.5. Teorías sociales y teorías de los medios masivos

II. Los principales sistemas de comunicación y su estructura: radio y prensa. (25 hrs.)

Debate problemas en su entorno, para fines de consenso social, a partir del análisis y discriminación de la información emitida por la radio y prensa.

- 2.1 La mediatización
- 2.2 La politización de los medios: los medios y el poder, la identidad cultural y la cultura
- 2.3 Los sistemas de comunicación
- 2.4 La radio
 - 2.4.1 Breve historia de la radio
 - 2.4.2 Características de la radio
 - 2.4.3 Lenguaje radiofónico
 - 2.4.4 Géneros y formatos de los programas radiofónicos
 - 2.4.5 El guión radiofónico: diseño y modalidades de producción
- 2.5 La prensa
 - 2.5.1 Géneros periodísticos

III. Los principales sistemas de comunicación y su estructura: televisión y redes sociales. (25 hrs.)

Debate problemas en su entorno, para fines de consenso social, a partir del análisis y discriminación de la información emitida por la televisión y redes sociales.

- 3.1 Sociedad de la información
- 3.2 La televisión
 - 3.2.1 Breve historia de la televisión
 - 3.2.2 Lenguaje televisivo y modalidades de producción
 - 3.2.3 El guión televisivo: diseño
- 3.3 Herramientas tecnológicas
 - 3.3.1 Internet
 - 3.3.2 Redes sociales
- 3.4 Impacto comunicacional de la sociedad del siglo XXI
 - 3.4.1 Efectos sociales de la globalización
 - 3.4.2 La localización y la internacionalización
 - 3.4.3 Modernidad y posmodernidad

IV. Publicidad y propaganda. (15 hrs.)

Valora la influencia de la publicidad y la propaganda en su cultura, familia y comunidad, para la toma de decisiones, con base en sus efectos positivos y negativos.

- 4.1 Publicidad y propaganda
- 4.2. Análisis de los movimientos publicitarios y propagandísticos del siglo XX y XXI
- 4.3. Ética y marco legal de la publicidad y la propaganda
- 4.4. El proceso comunicativo de la publicidad y la propaganda
- 4.5. La persuasión en la publicidad y la propaganda
- 4.6. Campaña publicitaria y campaña propagandística

VII. Desarrollo de las unidades del curso

Unidad I	Introducción a la comunicación de masas.		N° HORAS
Propósitos de la unidad	Usa la información contenida en diferentes textos, para la orientación de sus intereses en ámbitos diversos, a partir de las teorías de la comunicación de masas.		
Atributos de las competencias genéricas			
Atributo		Criterio de Aprendizaje	
8.1 Plantea problemas y ofrece alternativas de solución al desarrollar proyectos en equipos de trabajo, y define un curso de acción con pasos específicos.	<ul style="list-style-type: none"> Valora el desarrollo de proyectos, considerando la influencia favorable o desfavorable del trabajo en equipo. 		
Competencias disciplinares extendidas			
Área: comunicación y lenguaje		Criterios de aprendizaje	
1. Utiliza la información contenida en diferentes textos para orientar sus intereses en ámbitos diversos.	<ul style="list-style-type: none"> Utiliza la información contenida en textos personales, académicos, científicos y tecnológicos para orientar sus intereses en ámbitos diversos de manera ética y responsable. 		
3. Propone soluciones a problemáticas de su comunidad, a través de diversos tipos de textos, aplicando la estructura discursiva, verbal o no verbal, y los modelos gráficos o audiovisuales que estén a su alcance.	<ul style="list-style-type: none"> Propone soluciones a problemáticas de su comunidad, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe de manera ética y responsable. 		
6. Determina la intencionalidad comunicativa en discursos culturales y sociales para restituir la lógica discursiva a textos cotidianos y académicos.	<ul style="list-style-type: none"> Determina la intención comunicativa de discursos culturales y sociales que se generan en los medios masivos de comunicación considerando el contexto donde se genera la información, además asume y expresa una postura personal al respecto. 		
Saberes			
Conceptuales	Procedimentales	Actitudinales-Valorales	
<ul style="list-style-type: none"> Define los medios de comunicación. Identifica las diferentes teorías de la comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> Clasifica los diferentes medios masivos. Análisis comparativo de las diferentes teorías de la comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> Adopta posición respecto a los enfoques analizados. Respeto los puntos de vista de los interlocutores. Asume una posición crítica ante los enfoques teóricos y posiciones que se analizan. 	

Contenidos

- 1.1. La comunicación.
 - 1.1.1. La comunicación como proceso
 - 1.1.2. Niveles de la comunicación
 - 1.1.3. Funciones esenciales de la comunicación
 - 1.1.4. Modelos de la comunicación
- 1.2. La comunicación como un proceso masivo
 - 1.2.1. Concepto de masa
 - 1.2.2. Medios de comunicación, tipos de medios.
 - 1.2.3. Breve caracterización de los medios de comunicación masiva
 - 1.2.4. Funciones de la comunicación masiva
 - 1.2.5. Teorías sociales y teorías de los medios masivos

Estrategias didácticas sugeridas

El docente trabajará utilizando las 5 dimensiones del aprendizaje de Marzano (2005). Las estrategias que se sugieren en cada dimensión, son las siguientes:

- 1. Problematicación.** Se sugiere que el docente propicie una plenaria breve con las siguientes preguntas detonadoras:
 - ¿Qué son los medios masivos?
 - ¿Cuáles son los medios de comunicación que más utilizas?
 - ¿Cuál es función de los medios masivos de comunicación?El estudiante redactará de manera personal una reflexión acerca del impacto que generan los medios masivos en su vida cotidiana (familia, escuela, sociedad).
- 2. Adquisición de la información.** El docente invitará a los estudiantes a realizar una indagación profunda acerca de los temas de la unidad I, donde se sugiere que el estudiante indague tanto en el libro de texto como en fuentes electrónicas. En plenaria identificarán los conceptos principales de la unidad y cada alumno deberá de elegir un concepto e indagar en al menos tres fuentes diferentes su significado, con los diferentes conceptos harán un glosario de la unidad. Después del glosario, de manera individual deberán realizar un esquema donde recopilen la información encontrada.
- 3. Procesamiento de la información.** Con apoyo del docente, organizarán equipos de no más de cinco integrantes. Cada equipo elaborará un cuadro comparativo acerca de los temas de la unidad. Al azar el docente elegirá un equipo para que presente su cuadro comparativo en plenaria. Con las sugerencias de sus compañeros y de su asesor enriquecerán el cuadro comparativo presentado, de manera particular cada equipo mejorará su propio cuadro. En un segundo momento los estudiantes de manera individual realizarán una línea del tiempo acerca de las diferentes teorías

de la comunicación trabajadas.

4. Aplicación de la información. Con los equipos ya organizados en la etapa anterior, deberán realizar un cartel científico acerca de los medios masivos de comunicación y las diferentes teorías de la comunicación trabajadas en la unidad. En grupo se hará una exposición de carteles y se votará por el más creativo y pertinente. Además deberán resolver las actividades del libro correspondientes a la unidad, dichas actividades serán individuales o por equipo según corresponda.

5. Metacognición. De manera individual el estudiante realizará un cuadro PNI en el que evalúe su proceso de aprendizaje acerca de los temas de la unidad.

Evaluación / Calificación

Aspecto a evaluar	Evidencia	Instrumento	Ponderación
Participación en clase	Trabajo colaborativo.	Guía de observación	10%
Subproductos	1. Escrito reflexivo 2. Glosario 3. Esquema 4. Cuadro comparativo 5. Línea del tiempo 6. Borrador cartel científico 7. Actividades resueltas del libro 8. Cuadro PNI	Lista de cotejo	50%
Producto Integrador de la Unidad	Cartel científico.	Rúbrica	40%

Recursos y medios de apoyo didáctico

- Bibliografía básica: Batista Géigel, M., (2018). Comunicación y medios masivos, Culiacán, Sinaloa, México: Once Ríos Editores.
- Recursos: Libros de texto, pintarrón, marcadores, cañón, internet.
- Recursos electrónicos: (vistos en mayo 2015)
 Teorías de la comunicación:
<http://www.slideshare.net/lili369/tesis-sobre-teorias-de-la-comunicacion>
<http://www.slideshare.net/gerrobert/teoria-delacomunicacionlibro>
<https://youtu.be/WXlgaua-Hmg>
<https://youtu.be/zJb8s3yAxYE>

Unidad II	Los principales sistemas de comunicación y su estructura: radio y prensa.	N° HORAS
		25
Propósitos de la unidad	Debate problemas en su entorno, para fines de consenso social, a partir del análisis y discriminación de la información emitida por la radio y prensa.	
Atributos de las competencias genéricas		
Atributo	Criterio de Aprendizaje	
8.2 Aporta puntos de vista con apertura y considera los de otras personas de manera reflexiva.	<ul style="list-style-type: none"> Expresa opiniones sobre temas diversos, considerando la opinión de sus compañeros de manera crítica y reflexiva. 	
Competencias disciplinares		
Área: comunicación y lenguaje		Criterios de aprendizaje
2. Debate sobre problemas de su entorno fundamentando sus juicios en el análisis y en la discriminación de la información emitida por diversas fuentes.	<ul style="list-style-type: none"> Debate acerca de problemas de su entorno, con base en el análisis y la discriminación ética y responsable de la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva. 	
5. Difunde o recrea expresiones artísticas que son producto de la sensibilidad y el intelecto humanos, con el propósito de preservar su identidad cultural en un contexto universal.	<ul style="list-style-type: none"> Difunde y promueve expresiones sociales y culturales de su comunidad, que favorecen la preservación de su identidad cultural, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe la información. 	
Saberes		
Conceptuales	Procedimentales	Actitudinales-Valorales
<ul style="list-style-type: none"> Analiza la politización de los medios masivos. Identifica los elementos de los sistemas de comunicación. Reconoce la radio y prensa como medios masivos. 	<ul style="list-style-type: none"> Examina los mensajes que se emiten por radio y prensa. Produce programas de radio. Produce guiones para programas de radio. Produce notas periodísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> Adopta posturas éticas sobre los efectos de la comunicación y la información. Evalúa la veracidad de los mensajes que se emiten por radio y prensa.
Contenidos		
2.1 La mediatización 2.2 La politización de los medios: los medios y el poder, la identidad cultural y la cultura 2.3 Los sistemas de comunicación 2.4 La radio 2.4.1 Breve historia de la radio		

- 2.4.2 Características de la radio
- 2.4.3 Lenguaje radiofónico
- 2.4.4 Géneros y formatos de los programas radiofónicos
- 2.4.5 El guión radiofónico: diseño y modalidades de producción
- 2.5 La prensa
 - 2.5.1 Géneros periodísticos

Estrategias didácticas sugeridas

El docente trabajará utilizando las 5 dimensiones del aprendizaje de Marzano (2005). Las estrategias que se sugieren en cada dimensión, son las siguientes:

- 1. Problematicación.** Se organizan equipos de no más de cinco integrantes, con orientación del docente la mitad de los equipos realizarán una escenificación de un programa de radio y la otra mitad lo harán de un periódico. Las escenificaciones serán de temas libres, sólo cuidarán representar el medio de comunicación que les corresponde y el tiempo será no mayor a diez minutos. Se intercalarán las presentaciones, una de radio y otra de periódico. Al finalizar las presentaciones, el docente invitará a una plenaria con las siguientes preguntas detonadoras:
 - ¿Para qué sirve la radio y la prensa?
 - ¿Qué necesitamos la ciudadanía que publiquen estos dos medios masivos?
 - ¿Qué pasaría si no existieran?Al finalizar la plenaria los estudiantes redactarán en una cuartilla acerca de la escenificación que realizaron y las respuestas a las preguntas planteadas.
- 2. Adquisición de la información.** El estudiante explora la unidad II del libro *Comunicación y Medios Masivos*. Con apoyo del docente reparten al azar los subtemas de la unidad, cada estudiante indagará en diversas fuentes, tanto libros, enciclopedias así como, recursos electrónicos el subtema que le tocó (no importa que se repitan los temas). De manera individual elaborarán un resumen de la lectura realizada.
- 3. Procesamiento de la información.** Se solicitará a los estudiantes que realicen un ensayo breve, mínimo dos cuartillas donde expresen la importancia de la radio y de la prensa en su contexto, social, familiar, académico, etc.
- 4. Aplicación de la información.** Los alumnos se organizarán en equipos de máximo seis integrantes. Cada equipo realizará un noticiario radiofónico. En un primer momento elegirán qué rol jugarán cada uno de los estudiantes, en un segundo momento elegirán el tipo de noticias que difundirán (política, cultura, ciencias, entretenimiento), al tener esos dos pasos, continuarán con la elaboración de un guion radiofónico. Cada equipo producirá su noticiario con la herramienta que más se le facilite. Pueden pedir asesoría a los docentes de laboratorio de cómputo para la selección de la herramienta, del mismo modo pueden realizar su programa con herramientas del celular o de ser posible en una cabina de radio. La selección de la herramienta dependerá del contexto de los estudiantes. Se presentará ante el

grupo los diferentes noticiarios realizados y los estudiantes coevaluarán los productos de sus compañeros. Realizarán las mejoras propuestas en la presentación para entregarlo como producto integrador de la unidad. Además deberán resolver las actividades del libro correspondientes a la unidad, dichas actividades serán individuales o por equipo según corresponda.

**Se sugiere que el programa de radio que realicen involucre elementos que propone el producto integrador de la Unidad, con la idea que la actividad de la unidad II abone al producto final del curso.*

- 5. Metacognición.** Cada estudiante realizará un informe de las actividades trabajadas en la unidad temática y explicará que fue lo que aprendió en cada una de ellas, así como, lo que le gustaría aprender más.

Evaluación / Calificación

Aspecto a evaluar	Evidencia	Instrumento	Ponderación
Participación en clase	Trabajo colaborativo.	Guía de observación	10%
Subproductos	1. Redacción de escenificación 2. Resumen 3. Ensayo breve 4. Guion radiofónico 5. Actividades resueltas del libro 6. Informe	Lista de cotejo	50%
Producto Integrador de la Unidad	Noticiario radiofónico	Rúbrica	40%

Recursos y medios de apoyo didáctico

- Bibliografía básica: Batista Géigel, M., (2018). Comunicación y medios masivos, Culiacán, Sinaloa, México: Once Ríos Editores.
- Recursos: Libros de texto, pintarrón, marcadores, cañón, internet.
- Recursos electrónicos: (vistos en mayo 2015)
Radio:
http://www.vivalaradio.org/medios-comunicacion/PDFs/MEDIOS_reflex2_brecht.pdf
<http://www.raco.cat/index.php/assaigteatre/article/viewFile/145797/249074>
Prensa:
<http://laprensaescritauac.blogspot.mx/p/cosas.html>
http://historyybiografias.com/primeros_diarios/

Unidad III	Los principales sistemas de comunicación y su estructura: televisión y redes sociales.	N° HORAS 25
Propósitos de la unidad	Debate problemas en su entorno, para fines de consenso social, a partir del análisis y discriminación de la información emitida por la televisión y redes sociales.	
Atributos de las competencias genéricas		
Atributo		Criterio de Aprendizaje
8.1 Plantea problemas y ofrece alternativas de solución al desarrollar proyectos en equipos de trabajo, y define un curso de acción con pasos específicos.	<ul style="list-style-type: none"> Valora el desarrollo de proyectos, considerando la influencia favorable o desfavorable del trabajo en equipo. 	
Área: comunicación y lenguaje		Criterios de aprendizaje
2. Debate sobre problemas de su entorno fundamentando sus juicios en el análisis y en la discriminación de la información emitida por diversas fuentes.	<ul style="list-style-type: none"> Debate acerca de problemas de su entorno, con base en el análisis y la discriminación ética y responsable de la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva. 	
5. Difunde o recrea expresiones artísticas que son producto de la sensibilidad y el intelecto humanos, con el propósito de preservar su identidad cultural en un contexto universal.	<ul style="list-style-type: none"> Difunde y promueve expresiones sociales y culturales de su comunidad, que favorecen la preservación de su identidad cultural, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe la información. 	
Saberes		
Conceptuales	Procedimentales	Actitudinales-Valorales
<ul style="list-style-type: none"> Reconoce los efectos sociales de los medios masivos de comunicación. Reconoce la televisión y redes sociales como medios masivos. 	<ul style="list-style-type: none"> Examina los mensajes que se emiten por televisión y redes sociales. Produce programas de televisión. Produce guiones para programas de televisión. Produce 	<ul style="list-style-type: none"> Adopta posturas éticas sobre los efectos de la comunicación y la información. Evalúa la veracidad de los mensajes que se emiten por televisión y redes sociales.
Contenidos		
3.1 Sociedad de la información 3.2 La televisión 3.2.1 Breve historia de la televisión 3.2.2 Lenguaje televisivo		

- 3.2.3 El guión televisivo: diseño y modalidades de producción
- 3.3 Herramientas tecnológicas
 - 3.3.1 Internet
 - 3.3.2 Redes sociales
- 3.4 Impacto comunicacional de la sociedad del siglo XXI
 - 3.4.1 Efectos sociales de la globalización
 - 3.4.2 La localización y la internacionalización
 - 3.4.3 Modernidad y posmodernidad

Estrategias didácticas sugeridas

El docente trabajará utilizando las 5 dimensiones del aprendizaje de Marzano (2005). Las estrategias que se sugieren en cada dimensión, son las siguientes:

1. Problematicación. El docente invitará a una plenaria con las siguientes preguntas detonadoras:

- ¿Para qué sirve la televisión y las redes sociales?
- ¿Cuánto tiempo les inviertes al día?
- ¿Cuáles redes sociales utilizas con mayor frecuencia?
- ¿Qué tipos de programas de televisión acostumbras ver?
- ¿Qué necesitamos la ciudadanía que publiquen estos dos medios masivos?
- ¿Qué pasaría si no existieran?

Al finalizar la plenaria los estudiantes redactarán en una cuartilla acerca del tema de la plenaria que realizaron y las respuestas a las preguntas planteadas.

2. Adquisición de la información. El estudiante explora la unidad III del libro *Comunicación y Medios Masivos*. Cada estudiante indagará en diversas fuentes, tanto libros, enciclopedias así como, recursos electrónicos los diferentes temas de la unidad. De manera individual elaborarán un reporte de la lectura realizada. Con apoyo del docente integrarán equipos no mayores de cinco integrantes. Cada equipo realizará un mapa mental de los contenidos temáticos de la unidad, en sesión presencial el docente elegirá al azar a uno de los equipos para que presente su mapa y con apoyo de los otros equipos coevalúen el mapa y hagan las mejoras tanto al mapa mental presentado como a los otros.

3. Procesamiento de la información. Se solicitará a los estudiantes que realicen un debate donde discutan las implicaciones que tiene la televisión y las redes sociales, en sus diferentes contextos como: comunidad, familia, escuela, amigos, etc. En el debate deberán llegar a reflexiones acerca del uso pertinente de los dos medios.

4. Aplicación de la información. Los alumnos se organizarán en equipos de máximo seis integrantes. Cada equipo realizará un programa de televisión (tipo revista). En un primer momento elegirán qué rol jugarán cada uno de los estudiantes, en un segundo momento elegirán el tipo de información que difundirán (política, cultura, ciencias,

entretenimiento), al tener esos dos pasos, continuarán con la elaboración de un guion para su programa de televisión. Cada equipo producirá su programa de revista con la herramienta que más se le facilite. Pueden pedir asesoría a los docentes de laboratorio de cómputo para la selección de la herramienta, del mismo modo pueden realizar su programa con herramientas del celular o de ser posible en una cabina de televisión. La selección de la herramienta dependerá del contexto de los estudiantes. Se presentará ante el grupo los diferentes programas realizados y los estudiantes coevaluarán los productos de sus compañeros. Realizarán las mejoras propuestas en la presentación para entregarlo como producto integrador de la unidad. Además deberán resolver las actividades del libro correspondientes a la unidad, dichas actividades serán individuales o por equipo según corresponda.

**Se sugiere que el programa de televisión que realicen involucre elementos que proponen el producto integrador de la Unidad, con la idea que la actividad de la unidad III abone al producto final del curso.*

5. Metacognición. Cada estudiante realizará un esbozo acerca de los temas trabajados en la unidad y explicará que fue lo que aprendió en cada una de ellos, así como, lo que le gustaría aprender más.

Evaluación / Calificación

Aspecto a evaluar	Evidencia	Instrumento	Ponderación
Participación en clase	Trabajo colaborativo.	Guía de observación	10%
Subproductos	1. Redacción de la problematización 2. Resumen 3. Mapa mental 4. Debate 5. Actividades resueltas del libro 6. Esbozo.	Lista de cotejo	50%
Producto Integrador de la Unidad	Programa de televisión tipo revista.	Rúbrica	40%

Recursos y medios de apoyo didáctico

- Bibliografía básica: Batista Géigel, M., (2018). Comunicación y medios masivos, Culiacán, Sinaloa, México: Once Ríos Editores.
- Recursos: Libro de texto, pintarrón, marcadores, internet.
- Recursos electrónicos: (vistos en mayo 2015)
Televisión:
<file:///C:/Users/Propietario/Downloads/8272-8353-1-PB.PDF>
<http://www.slideshare.net/licesdras/la-influencia-de-la-tv-en-mexico>
<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/11839/Capitulo1.pdf>

Redes sociales:

http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec38/pdf/Edutec-e_38_Cascales_Real_Marcos.pdf

<http://ece.edu.mx/ecedigital/files/ArticuloDaniela.pdf>

Unidad IV		Publicidad y propaganda	N° HORAS
			15
Propósitos de la unidad		Valora la influencia de la publicidad y la propaganda en su cultura, familia y comunidad, para la toma de decisiones, con base en sus efectos positivos y negativos.	
Atributos de las competencias genéricas			
Atributo		Criterio de Aprendizaje	
8.2 Aporta puntos de vista con apertura y considera los de otras personas de manera reflexiva.		<ul style="list-style-type: none"> Expresa opiniones sobre temas diversos, considerando la opinión de sus compañeros de manera crítica y reflexiva. 	
7.3 Articula saberes de diversos campos y establece relaciones entre ellos y su vida cotidiana.		<ul style="list-style-type: none"> Plantea alternativas que contribuyen al desarrollo natural y/o social de su contexto, recuperando las aportaciones de diversos campos disciplinares. 	
Área: comunicación y lenguaje			
Criterios de aprendizaje			
4. Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información.		<ul style="list-style-type: none"> Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información que se presenta en los diferentes medios masivos de comunicación. 	
7. Valora la influencia de los sistemas y medios de comunicación en su cultura, su familia y su comunidad, analizando y comparando sus efectos positivos y negativos.		<ul style="list-style-type: none"> Valora la influencia de los sistemas y medios masivos de comunicación en su entorno, analizando y comparando sus efectos positivos y negativos. 	
Saberes			
Conceptuales		Procedimentales	
<ul style="list-style-type: none"> Diferencia la publicidad de la propaganda. Identifica el proceso comunicativo para la publicidad. Identifica el proceso comunicativo para la propaganda. Reconoce la persuasión como mecanismo de influencia social. 		<ul style="list-style-type: none"> Propone campañas publicitarias y/o propagandísticas. Persuade a las personas mediante mensajes verbales y escritos. 	
Actitudinales-Valores			
<ul style="list-style-type: none"> Adopta posturas éticas sobre los efectos de la comunicación y la información. Evalúa la veracidad de los mensajes que se emiten en campañas publicitarias y propagandísticas. 			
Contenidos			

- 4.1 Publicidad y propaganda
- 4.2. Análisis de los movimientos publicitarios y propagandísticos del siglo XX y XXI
- 4.3. Ética y marco legal de la publicidad y la propaganda
- 4.4. El proceso comunicativo de la publicidad y la propaganda
- 4.5. La persuasión en la publicidad y la propaganda
- 4.6. Campaña publicitaria y campaña propagandística

Estrategias didácticas sugeridas

El docente trabajará utilizando las 5 dimensiones del aprendizaje de Marzano (2005). Las estrategias que se sugieren en cada dimensión, son las siguientes:

1. **Problematización.** El docente invitará a los estudiantes a que redacten en una cuartilla acerca del impacto que tiene la publicidad y la propaganda en los contextos que lo rodean.
2. **Adquisición de la información.** El estudiante explora la unidad IV del libro *Comunicación y Medios Masivos*. Indagará en diversas fuentes, tanto libros, enciclopedias así como, recursos electrónicos los diferentes temas de la unidad. De manera individual, elaborarán una síntesis por subtemas de la lectura realizada. Con apoyo del docente integrarán equipos no mayores de cinco integrantes. Cada equipo realizará un mapa conceptual de los contenidos temáticos de la unidad, en sesión presencial el docente elegirá al azar a uno de los equipos para que presente su mapa y con apoyo de los otros equipos coevalúen la actividad y hagan las mejoras tanto al mapa conceptual presentado como a los otros.
3. **Procesamiento de la información.** Se solicitará a los estudiantes que realicen una exposición en equipos no mayores de cinco integrantes, donde discutan las implicaciones que tiene la publicidad y propaganda, en sus diferentes contextos como: comunidad, familia, escuela, amigos, etc. En la exposición deberán incluir reflexiones acerca del uso pertinente de los dos medios.
4. **Aplicación de la información.** Los alumnos se organizarán en equipos de máximo seis integrantes. Cada equipo realizará una campaña propagandística. En un primer momento elegirán qué rol jugarán cada uno de los estudiantes, en un segundo momento elegirán el tipo de información que difundirán (política, cultura, ciencias, entretenimiento). Cada equipo propondrá su campaña de forma original y creativa. Dentro de la campaña deberán incluir spot de televisión, slogan, spot de radio, logotipo, afiche. Pueden pedir asesoría a los docentes de laboratorio de cómputo para la selección de las herramientas, del mismo modo pueden realizar su programa con herramientas del celular o de ser posible en una cabina de televisión. La selección de la herramienta dependerá del contexto de los estudiantes. Se presentará ante el grupo los diferentes programas realizados y los estudiantes coevaluarán los productos de sus compañeros. Realizarán las mejoras propuestas en la presentación para entregarlo como producto integrador del curso. Además deberán resolver las actividades del libro correspondientes a la unidad, dichas actividades serán individuales o por equipo según corresponda.
5. **Metacognición.** Cada estudiante realizará un cuadro PNI, donde expliquen lo positivo, negativo e interesante de los temas y actividades que trabajaron durante el curso.

Evaluación / Calificación			
Aspecto a evaluar	Evidencia	Instrumento	Ponderación
Participación en clase	Trabajo colaborativo.	Guía de observación	10%
Subproductos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción problematización 2. Síntesis 3. Mapa conceptual 4. Exposición 5. Borrador de la campaña propagandística 6. Actividades resueltas del libro 7. Cuadro PNI 	Lista de cotejo	50%
Producto Integrador de la Unidad	Borrador campaña propagandística.	Rúbrica	40%
Recursos y medios de apoyo didáctico			
<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía básica: Batista Géigel, M., (2018). Comunicación y medios masivos, Culiacán, Sinaloa, México: Once Ríos Editores. • Recursos: Libro de texto, pintarrón, marcadores, internet. • Recursos electrónicos: (vistos en mayo 2015) Publicidad y propaganda: http://www.slideshare.net/madeana81/publicidad-y-propaganda-17263468 http://www.uv.es/guilopez/documentos/2_4-Efectos_de_los_medios_en_la_Opinion_Publica.pdf https://youtu.be/NvpePC9Djvc http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html 			

VIII. Orientaciones generales para la evaluación del curso

El sistema de evaluación que se propone para la asignatura de Comunicación y Medios Masivos comprende la evaluación diagnóstica, formativa y sumativa, como un proceso integrador de los aprendizajes.

La evaluación diagnóstica, pretende obtener una idea general de los conocimientos previos que poseen los estudiantes con el fin de promover, diseñar y elaborar estrategias de enseñanza y de aprendizaje que logren alcanzar los propósitos planteados en el curso. Además, la evaluación diagnóstica permite interconectar la experiencia del estudiante con la movilización de propósitos del programa. Por lo tanto, debe potenciarse el conocimiento previo del estudiante, buscando una interconexión entre este conocimiento y las estrategias empleadas por el docente en el desarrollo de la asignatura. Las estrategias de exploración para la evaluación diagnóstica puede determinarlas el docente de acuerdo a las características del grupo. Sin embargo, una de las estrategias didácticas recomendadas para la exploración de los conocimientos previos en los estudiantes, es la denominada lluvia de ideas y el debate entre estudiantes, motivado por el maestro. La evaluación diagnóstica forma parte de una base constitutiva del desarrollo de la asignatura.

La evaluación formativa, se refiere principalmente al conjunto de actividades, ejercicios y prácticas de aplicación de los conocimientos nuevos en los que se deberá evidenciar la adquisición de estos en la formación integral del estudiante y de quien promueve el aprendizaje. En esta etapa, se valora el avance en el desarrollo de las competencias a través de las actividades que evidencian el aprendizaje.

La evaluación sumativa, integrará los resultados del proceso educativo y la valoración del producto integrador que evidencia el logro de competencias. Es decir, se mide el nivel de desarrollo actitudinal y académico alcanzado por el estudiante, al interactuar y promover habilidades, destrezas, conocimientos y actitudes en su propio proceso.

Al resaltar una de las partes prioritarias del curso de Comunicación y Medios Masivos, la necesidad de que el estudiante “aprenda por iniciativa e interés propio a lo largo de su vida”, es necesario que reconozca también los resultados de su desempeño durante el curso y tenga la capacidad de autoevaluarse. La autoevaluación es la

reflexión que hace el estudiante sobre los saberes desarrollados y la efectividad de su autoaprendizaje. Al docente también corresponde reconocer la autoevaluación del estudiante como parte del resultado de su proceso formativo. Al reconocer la dinámica de la enseñanza-aprendizaje como un ejercicio comunicativo y social, se establece que el estudiante tiene parte activa en el reconocimiento de los logros de sus compañeros. Por lo mismo, también considerará la coevaluación como una forma de evaluación esencial del curso (*Plan de Estudio 2015 Bachillerato General* pág. 13).

Por último, la heteroevaluación, la que realiza directamente el docente a las actividades realizadas por el estudiante con la finalidad de obtener información del proceso enseñanza aprendizaje y brindar realimentación de acuerdo a los niveles de logro. Para ello, el docente cuenta con instrumentos de evaluación como la rúbrica y lista de cotejo, principalmente para determinar el nivel de aprendizaje logrado.

Evaluación/calificación				
Aspecto a evaluar	Evidencia	Instrumento	Ponderación	Ponderación global
Unidad I				
Participación en clase	Trabajo colaborativo.	Guía de observación	10%	15%
Subproductos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escrito reflexivo 2. Glosario 3. Esquema 4. Cuadro comparativo 5. Línea del tiempo 6. Borrador cartel científico 7. Actividades resueltas del libro 8. Cuadro PNI 	Lista de cotejo	50%	
Producto Integrador de la Unidad	Cartel científico.	Lista de cotejo	40%	
Unidad II				
Participación en clase	Trabajo colaborativo.	Guía de observación	10%	15%
Subproductos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción de escenificación 2. Resumen 3. Ensayo breve 4. Guión radiofónico 5. Actividades resueltas del libro 6. Informe 	Lista de cotejo	50%	

Producto Integrador de la Unidad	Noticiero radiofónico	Lista de cotejo	40%	
Unidad III				
Participación en clase	Trabajo colaborativo.	Guía de observación	10%	15%
Subproductos	1. Redacción de la problematización 2. Resumen 3. Mapa mental 4. Debate 5. Actividades resueltas del libro 6. Esbozo	Lista de cotejo	50%	
Producto Integrador de la Unidad	Programa de televisión tipo revista.	Lista de cotejo	40%	
Unidad IV				
Participación en clase	Trabajo colaborativo.	Guía de observación	10%	15%
Subproductos	1. Redacción problematización 2. Síntesis 3. Mapa conceptual 4. Exposición 5. Borrador de la campaña propagandística 6. Actividades resueltas del libro 7. Cuadro PNI	Lista de cotejo	50%	
Producto Integrador de la Unidad	Borrador campaña propagandística.	Lista de cotejo	40%	
Producto integrador del curso				
Evidencia	Campaña propagandística			40%
Instrumento de evaluación	Rúbrica			
Total 100 %				

Descripción del producto Integrador del Curso

Producto integrador del curso: Campaña propagandística.

Una campaña propagandística, es aquella que abarca el conjunto de todas las actividades de una propaganda que se realiza enfocada específicamente a un tema, ya sea desde los anuncios en los medios, las actividades como conferencias, mesas redondas, hasta comerciales en televisión y radio. El objetivo primordial de toda campaña propagandística es persuadir a un determinado grupo de ciudadanos. En un sentido práctico, la persuasión consiste en convertir una proposición en una verdad evidente, de forma que la inteligencia y la razón queden libres de toda duda.

Los elementos que debe tener la campaña:

Introducción

Objetivo u objetivos

Misión

Visión

Logotipo (imagen digital fundamentada)

Slogan (fundamentado)

Afiche (digital)

Spot (1:00-1:30, de duración)

Elementos a evaluar de redacción son:

- ✓ Sintaxis
- ✓ Extensión
- ✓ Profundidad
- ✓ Puntuación
- ✓ Nexos

Bibliografía general para el desarrollo del curso

a) Básica:

Batista Géigel, M., (2018). Comunicación y medios masivos, Culiacán, Sinaloa, México: Once Ríos Editores.

b) Complementaria:

- McQuail, D. (1999). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. (3a ed.). España: Paidós. Colección Paidós Comunicación No. 18.
- Lash, Scott. (2008). Crítica de la información. Argentina: Amorrortu.

Fuentes consultadas para elaborar el programa:

- Acuerdo 8 del CD del SNB (2009) Orientaciones sobre la evaluación del aprendizaje bajo un enfoque de competencias.
- Acuerdo 444(2008) por el que se establecen las competencias que constituyen el marco curricular común del Sistema Nacional de Bachillerato. México. DOF-SEP.
- Acuerdo 656 (2012) por el que se reforma y adiciona el Acuerdo número 444 por el que se establecen las competencias que constituyen el marco curricular común del Sistema Nacional de Bachillerato, y se adiciona el diverso número 486 por el que se establecen las competencias disciplinares extendidas del bachillerato general. México. DOF-SEP.

Anexos

1. Instrumentos de evaluación

a) Guía de observación para evaluar la competencia 8 en la unidades 1 a 4, según corresponda.

Asignatura		Comunicación y medios masivos	Aspecto	Participación en clase					Evidencia	Trabajo Colaborativo		
GUIA DE OBSERVACIÓN												
Unidades	Competencias	Criterios de aprendizaje	Indicadores	Valoración					Logros			
				Siempre	Regulamente	En pocas ocasiones	Nunca	Puntaje	Cumple		En desarrollo	No cumple
									Excelente	Bueno		
1-3	8.1 Plantea problemas y ofrece alternativas de solución al desarrollar proyectos en equipos de trabajo, y define un curso de acción con pasos específicos.	Valora el desarrollo de proyectos, considerando la influencia favorable o desfavorable del trabajo en equipo.	Define el curso de acción de proyectos diversos, asignando responsables por tareas específicas.									
2 y 4	8.2 Aporta puntos de vista con apertura y considera los de otras personas de manera reflexiva.	Expresa opiniones sobre temas diversos, considerando la opinión de sus compañeros de manera crítica y reflexiva.	Expresa los acuerdos que integraron en equipo al analizar los diversos puntos de vista.									
Retroalimentación				Calificación					Acreditación			
									Acreditado		No acreditado	

2. Lista de cotejo para evaluar aspecto 2: Subproductos

Asignatura	Comunicación y medios masivos	Aspecto	Subproductos	Evidencia	Actividades/tareas
Lista de cotejo					
Unidad	No. Evidencia	Descripción (tarea)	Entrega		Entregas por unidad
			Sí (1)	No (0)	
1	1	Escrito reflexivo			
	2	Glosario			
	3	Esquema			
	4	Cuadro comparativo			
	5	Línea del tiempo			
	6	Borrador cartel científico			
	7	Actividades resueltas del libro			
	8	Cuadro PNI			
2	1	Redacción de escenificación			
	2	Resumen			
	3	Ensayo breve			
	4	Guion radiofónico			
	5	Actividades resueltas del libro			
	6	Informe			
3	1	Redacción de la problematización			
	2	Resumen			
	3	Mapa mental			
	4	Debate			
	5	Actividades resueltas del libro			
	6	Esbozo			
4	1	Redacción problematización			
	2	Síntesis			
	3	Mapa conceptual			
	4	Exposición			
	5	Borrador de la campaña propagandística			
	6	Actividades resueltas del libro			
	7	Cuadro PNI			
Observaciones/comentarios			Total de entregas		

3. Instrumentos de evaluación para evaluar aspecto 3: Actividades de evaluación intermedia

a) Lista de cotejo para evaluar la actividad integradora Unidad 1

Asignatura	Comunicación y medios masivos	Aspecto	Producto integrador de Unidad	Evidencia	Cartel científico.				
Lista de cotejo									
Competencia Genérica Atributo	Criterios de aprendizaje	Indicadores	Sí (1)	No (0)	Puntos	Logro			
						Cumple		En desarrollo	No cumple
						Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Competencia disciplinar extendida. 1.- Utiliza la información contenida en diferentes textos para orientar sus intereses en ámbitos diversos.	Utiliza la información contenida en textos personales, académicos, científicos y tecnológicos para orientar sus intereses en ámbitos diversos de manera ética y responsable.	Utiliza la información contenida en textos personales, para orientar sus intereses en ámbitos diversos de manera ética y responsable.							
		Utiliza la información contenida en textos académicos, para orientar sus intereses en ámbitos diversos de manera ética y responsable.							
		Utiliza la información contenida en textos científicos y tecnológicos, para orientar sus intereses en ámbitos diversos de manera ética y responsable.							
3.- Propone soluciones a problemáticas de su comunidad, a través de diversos tipos de textos, aplicando la estructura discursiva, verbal o no verbal, y los modelos gráficos o audiovisuales que estén a su alcance.	Propone soluciones a problemáticas de su comunidad, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe de manera ética y responsable.	Propone soluciones a problemáticas de su comunidad.							
		Utiliza el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe, para proponer soluciones a las problemáticas de su comunidad.							
		Utiliza el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe de manera ética y responsable.							
6.- Determina la intencionalidad comunicativa en discursos culturales y sociales para restituir la lógica discursiva a textos cotidianos y académicos.	Determina la intención comunicativa de discursos culturales y sociales que se generan en los medios masivos de comunicación considerando el contexto donde se genera la información, además asume y expresa una postura personal al respecto.	Determina la intención comunicativa de discursos culturales y sociales que se generan en los medios masivos de comunicación.							
		Determina la intención comunicativa de discursos culturales y sociales que se generan en los medios masivos de comunicación considerando el contexto donde se genera la información.							
		Assume and expresses a personal posture to respect.							
Realimentación			Calificación			Acreditación			
						Acreditado		No acreditado	

b) Lista de cotejo para evaluar la actividad integradora Unidad 2

Asignatura	Comunicación y medios masivos	Aspecto	Producto integrador de Unidad	Evidencia	Noticiero radiofónico				
Lista de cotejo									
Competencia Genérica Atributo	Criterios de aprendizaje	Indicadores	Sí (1)	No (0)	Puntos	Logro			
						Cumple		En desarrollo	No cumple
						Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Competencia disciplinar extendida. 2. Debate sobre problemas de su entorno fundamentando sus juicios en el análisis y en la discriminación de la información emitida por diversas fuentes.	Debate acerca de problemas de su entorno, con base en el análisis y la discriminación ética y responsable de la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva.	Debate acerca de problemas de su entorno.							
		Analiza la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva.							
		Discrimina ética y responsable de la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva.							
Competencia disciplinar extendida. 5. Difunde o recrea expresiones artísticas que son producto de la sensibilidad y el intelecto humanos, con el propósito de preservar su identidad cultural en un contexto universal.	Difunde y promueve expresiones sociales y culturales de su comunidad, que favorecen la preservación de su identidad cultural, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe la información.	Difunde expresiones sociales y culturales de su comunidad, que favorecen la preservación de su identidad cultural.							
		Promueve expresiones sociales y culturales de su comunidad, que favorecen la preservación de su identidad cultural.							
		Utiliza el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe la información.							
Realimentación			Calificación			Acreditación			
						Acreditado		No acreditado	

c) Lista de cotejo para evaluar la actividad integradora Unidad 3

Asignatura	Comunicación y medios masivos	Aspecto	Producto integrador de Unidad			Evidencia	Programa de televisión tipo revista.			
Lista de cotejo										
Competencia Genérica Atributo	Criterios de aprendizaje	Indicadores	Sí (1)	No (0)	Puntos	Logro				
						Cumple		En desarrollo	No cumple	
						Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente	
Competencia disciplinar extendida. 2. Debate sobre problemas de su entorno fundamentando sus juicios en el análisis y en la discriminación de la información emitida por diversas fuentes.	Debate acerca de problemas de su entorno, con base en el análisis y la discriminación ética y responsable de la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva.	Debate acerca de problemas de su entorno.								
		Analiza la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva.								
		Discrimina ética y responsable de la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva.								
Competencia disciplinar extendida. 5. Difunde o recrea expresiones artísticas que son producto de la sensibilidad y el intelecto humanos, con el propósito de preservar su identidad cultural en un contexto universal.	Difunde y promueve expresiones sociales y culturales de su comunidad, que favorecen la preservación de su identidad cultural, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe la información.	Difunde expresiones sociales y culturales de su comunidad, que favorecen la preservación de su identidad cultural.								
		Promueve expresiones sociales y culturales de su comunidad, que favorecen la preservación de su identidad cultural.								
		Utiliza el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe la información.								
Realimentación				Calificación		Acreditación				
						Acreditado		No acreditado		

d) Lista de cotejo para evaluar la actividad integradora Unidad 4

Asignatura	Comunicación y medios masivos	Aspecto	Producto integrador de Unidad	Evidencia	Borrador campaña propagandística.				
Lista de cotejo									
Competencia Genérica Atributo	Criterios de aprendizaje	Indicadores	Sí (1)	No (0)	Puntos	Logro			
						Cumple		En desarrollo	No cumple
						Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
7.3 Articula saberes de diversos campos y establece relaciones entre ellos y su vida cotidiana.	Plantea alternativas que contribuyen al desarrollo natural y/o social de su contexto, recuperando las aportaciones de diversos campos disciplinares.	Identifica alternativas que contribuyen al desarrollo natural y/o social de su contexto, recuperando las aportaciones de diversos campos disciplinares.							
		Analiza alternativas que contribuyen al desarrollo natural y/o social de su contexto, recuperando las aportaciones de diversos campos disciplinares.							
		Plantea alternativas que contribuyen al desarrollo natural y/o social de su contexto, recuperando las aportaciones de diversos campos disciplinares.							
Competencia disciplinar extendida. 4. Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información.	Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información que se presenta en los diferentes medios masivos de comunicación.	Identifica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información que se presenta en los diferentes medios masivos de comunicación.							
		Reconoce los principios éticos en la generación y tratamiento de la información que se presenta en los diferentes medios masivos de comunicación.							
		Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información que se presenta en los diferentes medios masivos de comunicación.							
7. Valora la influencia de los sistemas y medios de comunicación en su cultura, su familia y su comunidad, analizando y comparando sus efectos positivos y negativos.	Valora la influencia de los sistemas y medios masivos de comunicación en su entorno, analizando y comparando sus efectos positivos y negativos.	Valora la influencia de los sistemas y medios masivos de comunicación en su entorno							
		Analiza la influencia de los sistemas y medios masivos de comunicación en su entorno.							
		Analiza la influencia de los sistemas y medios masivos de comunicación en su entorno, comparando sus efectos positivos y negativos.							
Realimentación				Calificación		Acreditación			
						Acreditado		No acreditado	

4. Instrumentos para evaluar el Producto integrador del curso

e) Rúbrica para evaluar el producto integrador del curso

Asignatura	Comunicación y medios masivos	Aspecto	Producto integrador del curso				Evidencia	Campaña propagandística		
Rúbrica										
Competencias	Criterios	Valoración (indicadores)				Logro				
						Cumple		En desarrollo	No cumple	
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente	Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente	
Competencia disciplinar extendida. 2. Debate sobre problemas de su entorno fundamentando sus juicios en el análisis y en la discriminación de la información emitida por diversas fuentes.	Debate acerca de problemas de su entorno, con base en el análisis y la discriminación ética y responsable de la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva.	Debate problemas de su entorno en una campaña propagandística, con base en el análisis y la discriminación ética y responsable de la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva.	Explica problemas de su entorno en una campaña propagandística, con base en el análisis y la discriminación ética y responsable de la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva.	Distingue problemas de su entorno en una campaña propagandística, con base en el análisis y la discriminación ética y responsable de la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva.	Relata problemas de su entorno en una campaña propagandística, con base en el análisis y la discriminación ética y responsable de la información que recibe de los diferentes medios de comunicación masiva.					
3. Propone soluciones a problemáticas de su comunidad, a través de diversos tipos de textos, aplicando la estructura discursiva, verbal o no verbal, y los modelos gráficos o audiovisuales que estén a su alcance.	Propone soluciones a problemáticas de su comunidad, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe de manera ética y responsable.	Propone soluciones a problemáticas de su comunidad en una campaña propagandística, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe de manera ética y responsable.	Demuestra problemáticas de su comunidad en una campaña propagandística, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe de manera ética y responsable.	Analiza problemáticas de su comunidad en una campaña propagandística, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe de manera ética y responsable.	Identifica problemáticas de su comunidad en una campaña propagandística, utilizando el medio masivo adecuado al contexto en que se genera y se recibe de manera ética y responsable.					

4. Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información.	Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información que se presenta en los diferentes medios masivos de comunicación.	Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información que se presenta en los diferentes medios masivos de comunicación.	Analiza los principios éticos en la generación y tratamiento de la información que se presenta en los diferentes medios masivos de comunicación.	Reconoce los principios éticos en la generación y tratamiento de la información que se presenta en los diferentes medios masivos de comunicación.	Identifica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información que se presenta en los diferentes medios masivos de comunicación.				
6. Determina la intencionalidad comunicativa en discursos culturales y sociales para restituir la lógica discursiva a textos cotidianos y académicos.	Determina la intención comunicativa de discursos culturales y sociales que se generan en los medios masivos de comunicación considerando el contexto donde se genera la información, además asume y expresa una postura personal al respecto.	Determina la intención comunicativa de discursos culturales y sociales que se generan en los medios masivos de comunicación considerando el contexto donde se genera la información, además asume y expresa una postura personal al respecto.	Establece la intención comunicativa de discursos culturales y sociales que se generan en los medios masivos de comunicación considerando el contexto donde se genera la información, además asume y expresa una postura personal al respecto.	Examina la intención comunicativa de discursos culturales y sociales que se generan en los medios masivos de comunicación considerando el contexto donde se genera la información, además asume y expresa una postura personal al respecto.	Distingue la intención comunicativa de discursos culturales y sociales que se generan en los medios masivos de comunicación considerando el contexto donde se genera la información, además asume y expresa una postura personal al respecto.				
7. Valora la influencia de los sistemas y medios de comunicación en su cultura, su familia y su comunidad, analizando y comparando sus efectos positivos y negativos.	Valora la influencia de los sistemas y medios masivos de comunicación en su entorno, analizando y comparando sus efectos positivos y negativos.	Valora la influencia de los sistemas y medios masivos de comunicación en su entorno, analizando y comparando sus efectos positivos y negativos.	Relaciona la influencia de los sistemas y medios masivos de comunicación en su entorno, analizando y comparando sus efectos positivos y negativos.	Examina la influencia de los sistemas y medios masivos de comunicación en su entorno, analizando y comparando sus efectos positivos y negativos.	Distingue la influencia de los sistemas y medios masivos de comunicación en su entorno, analizando y comparando sus efectos positivos y negativos.				
Retroalimentación				Calificación		Acreditación			
						Acreditado		No acreditado	