

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA  UNIDAD ACADÉMICA: FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS PROGRAMA ANALÍTICO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE: Innovación en Medios / Plataformas Emergentes Manuel Armando Arana Nava	DES:	Educación y Cultura
	Programa académico	Periodismo
	Tipo de materia (Obli/Opta):	Obligatoria
	Clave de la materia:	
	Semestre:	Sexto
	Área en plan de estudios:	Específica
	Total de horas por semana:	
	<i>Teoría: Presencial o Virtual</i>	2
	<i>Laboratorio o Taller:</i>	1
	<i>Prácticas:</i>	
	<i>Trabajo extra-clase:</i>	2
	Créditos Totales:	5
	Total de horas semestre (x sem):	48
	Fecha de actualización:	31/10/2024
	<i>Prerrequisito (s):</i>	Ninguno

DESCRIPCIÓN:

Explorar las últimas tendencias y tecnologías en el campo de los medios de comunicación, así como comprender cómo estas innovaciones están transformando el panorama mediático actual. A lo largo del curso, los estudiantes se sumergirá en el estudio de diversas plataformas emergentes y estrategias innovadoras utilizadas en la producción, distribución y consumo de contenido mediático.

COMPETENCIAS PARA DESARROLLAR:

Se escribe el nombre y tipo de la competencia (B, P o E). Se describe la definición general de la (s) competencia (s) a desarrollar o fortalecer con esta unidad de aprendizaje

BÁSICAS

B4. Transformación Digital

B4. Transforma la cultura digital en la sociedad, en las organizaciones e instituciones educativas para aprovechar al máximo el potencial de las tecnologías y herramientas digitales, con responsabilidad y ética solidaria

PROFESIONALES

PEC2. Investigación en Educación, Artes y Humanidades

PEC2. Demuestra capacidad para investigar de forma interdisciplinaria fenómenos educativos, artísticos y humanísticos mediante metodologías cuantitativas, cualitativas y mixtas.

ESPECÍFICAS

Tecnologías de información y comunicación (TIC)

DOMINIOS (Se toman de las competencias)	OBJETOS DE ESTUDIO (Contenidos necesarios para desarrollar cada uno de los dominios)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Se plantean de los dominios y contenidos)	METODOLOGÍA (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)	EVIDENCIAS (Productos tangibles que permiten valorar los resultados de aprendizaje)
B4.1. 1. Desarrolla habilidades digitales de forma crítica que impacten positivamente en la vida cotidiana y en las organizaciones e instituciones para la comunicación efectiva en entornos digitales. B4.2. Utiliza de forma responsable las tecnologías de la información, comunicación, conocimiento y aprendizaje (TICCA), en el proceso de construcción de saberes y el desarrollo de proyectos sociales innovadores en el ámbito digital. B4.2. Utiliza de forma responsable las tecnologías de la información, comunicación, conocimiento y aprendizaje (TICCA), en el proceso de construcción de saberes y el desarrollo de proyectos sociales	1. Tendencias Tecnológicas en los Medios de Comunicación. 1.1 Introducción a las Tendencias Tecnológicas en Medios de Comunicación. - Definición de tendencias tecnológicas. - Importancia de la innovación en medios de comunicación. - Contexto histórico y evolución de la tecnología en los medios. 1.2 Inteligencia Artificial (IA) en los Medios. - Concepto y aplicaciones de la inteligencia artificial en los medios. - Uso de IA para personalización de contenido, recomendaciones, y análisis de audiencia. - Casos de éxito y desafíos en la implementación de IA en medios. 1.3 Realidad Aumentada (RA) y Realidad Virtual (RV) en la Experiencia Mediática.	Distingue Las principales tendencias tecnológicas en los medios de comunicación. Identifica El impacto de la inteligencia artificial, realidad aumentada, realidad virtual y streaming en la industria mediática.	Exposiciones del profesor Aprendizaje basado en problemas Búsqueda y análisis de información Proyectos	Realización de audios y videos Proyecto Documento

innovadores en el ámbito digital. B4.3. Aplica de forma ética diferentes herramientas digitales que favorezcan el trabajo colaborativo e interprofesional, considerando las principales innovaciones científicas y tecnológicas, relacionadas con la profesión. B4.4. Analiza los desafíos éticos en la era digital y promueve el uso seguro y responsable de la tecnología; toma en cuenta la protección de datos personales en el entorno digital B4.7. Colabora de forma transdisciplinar en el desarrollo de propuestas de innovación y transformación que impulsen el bienestar de las comunidades y la sociedad.	- Definición y diferencias entre RA y RV. - Aplicaciones de RA y RV en la creación de contenido inmersivo. - Casos de uso en periodismo, entretenimiento y publicidad. 1.4 Streaming y Plataformas de Contenido Bajo Demanda. - Surgimiento y crecimiento del streaming. - Modelos de negocio de plataformas de contenido bajo demanda. - Tendencias actuales y futuras en el consumo de medios a través del streaming.			
	2. Plataformas Emergentes y Nuevos Modelos de Negocio. 2.1 Ecosistema de Plataformas Emergentes. - Definición y características de las plataformas emergentes. - Tipos de plataformas emergentes: sociales, de contenido, colaborativas, etc. - Análisis de ejemplos de plataformas emergentes exitosas. 2.2 Modelos de Negocio Disruptivos.	Distingue Los modelos de negocio disruptivos y evaluar su impacto en la industria mediática. Determina Las características de las plataformas emergentes en el ámbito de los medios y la comunicación.	Exposiciones del profesor Aprendizaje basado en problemas Búsqueda y análisis de información Proyectos	Realización de audios y videos Proyecto Documento

	• Concepto de modelo de negocio disruptivo. • Ejemplos de empresas que han implementado modelos de negocio disruptivos en el ámbito de los medios y la comunicación. • Análisis de casos de éxito y fracaso. 2.3 Estrategias de Monetización en Plataformas Emergentes. • Métodos tradicionales y nuevos de generación de ingresos en plataformas emergentes. • Publicidad, suscripciones, modelos freemium, micropagos, entre otros. • Estrategias para aumentar la rentabilidad y la sostenibilidad financiera. 2.4 Ética y Responsabilidad en la Innovación de Medios. • Consideraciones éticas en el diseño y operación de plataformas emergentes. • Responsabilidad social y cultural de los innovadores en medios. • Debate sobre la regulación y la autorregulación en el ámbito de la			
--	---	--	--	--

	innovación en medios.			
	3. Innovación en Contenido y Narrativa. 3.1 Nuevas Formas de Contenido. • Exploración de formatos innovadores de contenido, como realidad virtual (VR), realidad aumentada (AR), videos 360°, entre otros. • Análisis de casos de éxito en la implementación de estas nuevas formas de contenido. 3.2 Narrativas Transmedia. • Concepto de narrativa transmedia y su aplicación en medios y comunicación. • Estudio de ejemplos de narrativas transmedia exitosas en la industria del entretenimiento y los medios de comunicación. • Diseño de estrategias para desarrollar narrativas transmedia efectivas. 3.3 Personalización y Experiencia del Usuario. • Importancia de la personalización en la creación de contenido y la experiencia del usuario. • Herramientas y técnicas para personalizar contenido en función de las preferencias y	Identifica Nuevas formas de contenido y su aplicación en medios y comunicación. Construye El concepto de narrativa transmedia y diseñar estrategias para su implementación.	Exposiciones del profesor Aprendizaje basado en problemas Búsqueda y análisis de información Proyectos	Realización de audios y videos Proyecto Documento

	el comportamiento del usuario. - Casos prácticos de personalización en plataformas digitales y medios de comunicación. 3.4 Ética y Responsabilidad en la Innovación de Contenido. - Consideraciones éticas en la creación y distribución de contenido innovador. - Responsabilidad del creador de contenido en la veracidad, diversidad y accesibilidad del mismo. - Reflexión sobre el impacto social y cultural de las nuevas formas de contenido y narrativa.			
--	---	--	--	--

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)
Álvarez López, J. A. (2020). Un modelo de evaluación métrica para garantizar la generación de modelos de negocio basados en innovación disruptiva. Becerra, L. Y. (2020). Tecnologías de la información y las comunicaciones en la era de la cuarta revolución industrial: tendencias tecnológicas y desafíos en la educación en ingeniería. Entre Ciencia e Ingeniería, 14(28), 76-81. Cabero Almenara, J., & Fernández Robles, B. (2018). Las tecnologías digitales emergentes entran en la Universidad: RA y RV. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 21 (2), 119-138. Cabezas, P. C. (2021). Una propuesta de diseño de sistema de gobernanza ética de datos masivos para	Tema 1. Tendencias Tecnológicas en los Medios de Comunicación. Participación activa en clases y debates. (5%) Elaboración de análisis de casos. (5%) Presentación de propuestas de aplicación de tecnologías emergentes en medios de comunicación. (10%) Evaluación de conocimientos a través de exámenes escritos o proyectos finales. (10%) Tema 2. Plataformas Emergentes y Nuevos Modelos de Negocio.

la investigación e innovación responsable. Dilemata, (34), 31-49. Castillo Castañeda, Z., Bautista Silva, Y. A., & Baron Suarez, A. K. B. (2022). No estamos en la era de artistas, Sino de emprendedores creativos. DOMÍNGUEZ, E. C. Más allá de la innovación tecnológica. Esbozo de las dimensiones sociales y estructurales del periodismo digital Beyond technological innovation. Addressing the social and structural dimensions of digital journalism. Domínguez-Martín, E. (2015). Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad. Profesional de la información, 24(4), 413-423. Erazo, J., & Sulbarán, P. (2022). Metaverso: más allá de la realidad inmersiva: Metaverse: beyond immersive reality. Conocimiento Libre y Licenciamiento (CLIC), (25). Escobar, A. P., & Bahamonde, L. (2020). Innovación en emprendimientos periodísticos y de comunicación frente a las nuevas tendencias digitales. Uru: Revista de Comunicación y Cultura, (3), 84-101. Flores Vivar, J. M. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots. Franco, V. S., & Muñoz, D. J. L. (2022). Periodismo inmersivo y su aplicación en el ámbito de la empresa informativa. VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual, 12(2), 1-12. Gómez-Diago, G. (2022). Perspectivas para abordar la inteligencia artificial en la enseñanza de periodismo. Una revisión de experiencias investigadoras y docentes. Revista Latina de Comunicación Social, (80), 29-46. Hernández Barajas, D. C. (2023). Estrategia de monetización en el diseño de UX experiencia de usuario de las startups en plataformas web y aplicaciones móviles (Doctoral dissertation, Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB). Jiménez, J. J., & Duque, Á. (2020). Ecosistemas Comunicativos y Producción Periodística.	Presentación de análisis de casos. (5%) Elaboración de propuestas de modelos de negocio disruptivos. (10%) Participación en debates sobre ética y responsabilidad en la innovación en medios. (5%) Evaluación mediante proyectos individuales o grupales. (10%) Tema 3. Innovación en Contenido y Narrativa. Creación de proyectos de contenido innovador utilizando nuevas formas de narrativa. (10%) Presentación de estrategias de personalización de contenido. (10%) Participación en debates sobre ética y responsabilidad en la innovación de contenido y narrativa. (10%) Evaluación mediante la elaboración de informes o ensayos sobre el impacto social y cultural de las nuevas formas de contenido. (10%)
---	--

Larrondo Ureta, A., Peña Fernández, S., & Meso Ayerdi, K. (2020). Periodismo hiperconectado. Claves para la profesión en un contexto de retos y oportunidades. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatearen Argitalpen Zerbitzua.

Leones, M. A. C., Santana, G. M. S., & Leones, W. J. C. (2021). Uso de los medios digitales y su influencia en la generación Y & Z. RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento, 5(1), 194-207.

López, J. A. Á. (2021). Un modelo de evaluación métrica para garantizar la generación de modelos de negocio basados en innovación disruptiva (Doctoral dissertation, Universidad Rey Juan Carlos).

López, J. M. T., & Calvo, S. T. (2019). Inteligencia artificial y periodismo [presentación del monográfico]. Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales, 163-168.

López Delgado, D. (2018). Estudio de las plataformas de streaming.

López-García, X., & Vizoso, Á. (2021). Periodismo de alta tecnología: signo de los tiempos digitales del tercer milenio. Profesional de la información, 30(3).

Martín-Ramallal, P., & Micaletto Belda, J. P. (2022). Periodismo y realidad aumentada. Taxonomía y estado del arte de un fenómeno promisorio.

Martínez-Costa-Pérez, M. D. P., Salaverría-Aliaga, R., & Breiner, J. G. (2021). El ecosistema que viene.

Masip, P., López-García, X., Díaz Noci, J., Palomo, B., Salaverría, R., & Meso Ayerdi, K. (2022). Pasado, presente y futuro de la enseñanza universitaria del ciberperiodismo: métodos y tendencias. Profesional de la información. 2022; 31 (1): e310101.

Mendieta, R. Á. A., & Rodríguez, H. M. T. (2023). La realidad virtual en nuestra vida diaria. RICT Revista de Investigación Científica, Tecnológica e Innovación, 1(2), 7-14.

Moyano, J. Corrientes y Tendencias del Periodismo Argentino y Latinoamericano.

Newman, N. (2020). Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2020.

Oliver, Ó. V. (2006). Palabra de robot: Inteligencia artificial y comunicación (Vol. 7). Universitat de València. Otegui Castillo, J. (2017). La realidad virtual y la realidad aumentada en el proceso de marketing. Otero-González, I. (2022). Los cimientos de la Inteligencia Artificial en el sistema productivo de contenidos periodísticos automatizados. Redmarka. Revista de Marketing Aplicado, 26(1), 15-35. Peinado y Miguel, F., & Rodríguez Barba, D. (2020). Emprender e innovar para crear empleo en Periodismo. Historia y comunicación social, 25(2). Peña-Fernández, S., Meso Ayerdi, K., Larrondo Ureta, A., & Díaz Noci, J. (2023). Sin periodistas, no hay periodismo: la dimensión social de la inteligencia artificial generativa en los medios de comunicación. Profesional de la información. 2023; 32 (2): e320227. Pérez, B. M. (2021). Streaming: ventajas, desafíos y oportunidades de las radiotelevisión para captar audiencias. Revista de Ciencias de la Comunicación e Información, 45-65. Pérez-Seijo, S., Gutiérrez-Caneda, B., & López-García, X. (2020). Periodismo digital y alta tecnología: de la consolidación a los renovados desafíos. Salazar García, I. (2018). Los robots y la Inteligencia Artificial: nuevos retos del periodismo. Sanahuja Sanahuja, R., & López Rabadán, P. (2022). Ética y uso periodístico de la inteligencia artificial. Los medios públicos y las plataformas de verificación como precursores de la rendición de cuentas en España. Sánchez, J. V., Díaz, D. M., & González, P. L. (2022). Tendencias tecnológicas. Cuadernos de estrategia, (217), 189-224. Sánchez de la Nieta, M. Á. (2020). Periodismo vs desinformación: la función social del periodista profesional en la era de las fake news y la posverdad. Sintaxis, 1(4), 1-18. Sánchez Gonzales, H. (2022). Transformación digital y audiencia. Tendencias y uso de la inteligencia artificial en medios verificadores. Ámbitos: revista internacional de comunicación, 56, 9-20.	
---	--

- | | |
|--|--|
| <p>Sánchez, J. L. M., & Ruiz, M. J. U. (2020). Inteligencia artificial y periodismo. Revista Cidob d'afers internacionals, (124), 49-72.</p> <p>Sanguinetti, P. A. B. L. O. (2023). Inteligencia artificial en periodismo: oportunidades, riesgos, incógnitas. Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid, (46), 9-17.</p> <p>Silva-Rodríguez, A., Vázquez-Herrero, J., & Negreira-Rey, M. C. (2022). Actualización de las fases del contenido periodístico para dispositivos móviles. Revista de comunicación, 21(1), 367-387.</p> <p>Tejedor, S. (2022). Periodismo y formación: mismo reto, nuevas ideas.</p> <p>Tejedor, S. (2023). La inteligencia artificial en el periodismo: Mapping de conceptos, casos y recomendaciones. La inteligencia artificial en el periodismo, 1-189.</p> <p>Tejedor-Calvo, S., Romero-Rodríguez, L. M., Moncada-Moncada, A. J., & Alencar-Dornelles, M. (2020). Periodismo que cuenta el futuro: posibilidades y escenarios periodísticos para la realidad aumentada. Profesional de la información, 29(6), 1-13.</p> <p>Tobón, G. A. (2023). Modelos de negocio en una era disruptiva. Revista Sistemas, (166), 59-71.</p> <p>Ufarte Ruiz, M. J., Calvo-Rubio, L. M., & Murcia Verdú, F. J. (2021). Los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial.</p> | |
|--|--|

CRONOGRAMA

[illegible]

[illegible]