


<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p>  <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p> <p style="text-align: center;">UNIDAD ACADÉMICA: PROGRAMA DEL CURSO:</p> <p style="text-align: center;">ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA</p> <p style="text-align: center;">Jose Luis Jaquez Balderrama Maestro</p>	DES:	Educación y Cultura
	Programa(s) académico(s)	Periodismo
	Tipo de Materia: <i>Obligatoria / Optativa</i>	Específica obligatoria.
	Clave de la Materia:	Lp804
	Semestre:	Octavo
	Área en plan de estudios (B,P,E, O):	Teórico.
	Total de horas por semana:	3
	Laboratorio o Taller:	
	h./semana trabajo presencial/virtual	
	h./semana laboratorio/taller	
	h. trabajo extra-clase:	18
	Total de horas por semestre: <i>Total de horas semana por 16 semanas</i>	48
	Créditos totales:	
Fecha de actualización:	Enero 2023	
Prerrequisito (s):		

DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE/ CURSO:

El objetivo de esta materia es que los maestrantes manejen los principios de ética en el campo laboral teniendo como modelo las diferentes teorías deontológicas, su función y aplicación tanto en la comunicación como en el ejercicio de gobierno. Al finalizar el curso el maestrante será capaz de identificar conflictos éticos en el entorno periodístico, desarrollar códigos deontológicos en ámbitos relacionados con el periodismo, la comunicación y el gobierno; así como desarrollar análisis crítico a partir de la relación que guarda la ética con aspectos como la manipulación, las noticias falsas, la información sin sustancia, la difusión de mensajes falsos y su impacto en el gobierno y la sociedad.

COMPETENCIA PRINCIPAL QUE SE DESARROLLA:

Trabajo en equipo y liderazgo.

OTRAS COMPETENCIAS A LAS QUE SE CONTRIBUYE CON EL DESARROLLO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE/CURSO:

Comunicación.

DOMINIOS (Se toman de las competencias)	OBJETOS DE ESTUDIO (Contenidos, temas y subtemas)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	METODOLOGÍA (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)	EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO
<p>Dominio: Interpreta eventos históricos y culturales de carácter universal.</p> <p>Dominio: Respeta, tolera y es flexible ante el pensamiento divergente para lograr acuerdos por consenso.</p>	<p>Objeto 1: El ser humano como ser ético. ¿Qué es ética? ¿Qué es deontología?</p> <p>Objeto 2: Comunicación ética y fake news como prototipo de ética en la comunicación y el periodismo</p>	<p>Línea del tiempo. Se entrega rúbrica.</p> <p>Examen.</p>	<p>Exposición, lecturas realizadas y aplicación de los conceptos en ejemplos prácticos y cotidianos. Revisión de películas relacionadas con los temas a revisar.</p> <p>Exposición a cargo de la titular, lecturas realizadas, aplicación de los conceptos mediante dinámicas desarrolladas en el salón de clase.</p>	<p>Elaboración de una línea del tiempo que incluya los elementos que se señalan en la rúbrica. El producto a entregar debe ser creativo y atrayente.</p> <p>Presentación de examen de comprensión para el dominio de conceptos relacionados con el tema.</p>
<p>Dominio: Demuestra dominio básico en el manejo de recursos documentales y electrónicos que apoyan a la comunicación y búsqueda de información (Internet, correo electrónico, audio, conferencias, correo de voz.</p>	<p>Objeto 3 y 4: De la verdad a la posverdad Las redes en la ética de la comunicación horizontal: construcción de imagen y difusión de falsos mensajes.</p>	<p>Ensayo.</p>	<p>Exposición a cargo de la titular del curso, lecturas realizadas, aplicación de los conceptos mediante dinámicas desarrolladas en el salón de clase.</p>	<p>Elaboración de un ensayo individual donde se integre la información contenida de los diferentes autores revisados.</p>
<p>Dominio: Valorar la información como portador y generador de conocimiento.</p>	<p>Objeto 5: La comunicación desde el gobierno y los principios para gobernar a la sociedad.</p>	<p>Elaboración de un monitoreo de medios.</p>	<p>Elección del medio a monitorear. Integración y sistematización de los datos relevantes según el medio, asesoría y trabajo en equipo.</p>	<p>Elaboración del monitoreo de un medio.</p>

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)
<ul style="list-style-type: none"> •Amoros García, Marc, Fake News. La verdad de las noticias falsas, Plataforma Editorial, Barcelona, 2018. •Bonilla Saus, Javier y Pedro Isern Munne, Plebe versus Ciudadanía. A propósito del populismo contemporáneo, editorial Biblos, Argentina, 2014. •Braidotti, Rosi. Lo Posthumano, editorial Gedisa, Barcelona, 2018. •Canel Crespo, María José, La Comunicación de la Administración Pública. Para gobernar con la sociedad, ed. Fondo de Cultura Económica, México, 2018. •Ciceron, Quinto Tulio, Breviario de campaña electoral, Ed. Acantilado, Barcelona, 2003. •Del Prado Flores, Rogelio, Ética de la comunicación, editorial Gedisa, México, 2018. •Del Rey Morató, Javier, La Comunicación Política, Ed. Complutense, Madrid, 1996. •Del Rey Morató, Javier, Comunicación Política, Internet y Campañas Políticas (de la teledemocracia a la ciberdemocr@cia) ed. Tecnos, Madrid, 2007. •Flores Rico, Carlos, ¡Es la estrategia estúpido!. Una nueva forma de ganar elecciones. Ed. Nuevo Siglo XXI, México, 2005. •Han, Byung-Chul, Psicopolítica, editorial Herder, Barcelona, 2014. •Jones, William, el arte de la manipulación, Ed. Selector, México, 2006. •Kraus, Sidney y Dennis Davis, Comunicación Masiva. Sus efectos en el comportamiento político, Ed. Trillas, México, 2006. •Meneses, María Elena, Periodismo Convergente, editorial Porrúa, México, 2011 •Pérez Salazar, Gabriel, El meme en internet. Identidad y usos sociales, ed. Fontamara, México, 2017. •Ritcher Morales, Ulrich, El Ciudadano Digital, Océano, México, 2018. •Sartori, Giovanni, Homo videns, La sociedad teledirigida, Ed. Puntos de Lectura, México, 2007. •Sartori, Giovanni, Videopolítica. Medios, información y democracia de sondeo. Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 2005. •Trejo Delarbre, Raúl, Simpatía por el rating, ediciones Cal y Arena, México, 2010 •Valdez Zepeda, Andrés, El arte de ganar elecciones. Marketing del Nuevo Milenio, Ed. Trillas, México, 2006. •Vinck, Dominique, Humanidades Digitales, Gedisa, Barcelona, 2018. 	<p style="text-align: center;"><i>Línea del tiempo: 25%</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Examen: 25%</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Ensayo: 10%</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Monitoreo del medio: 40%</i></p>

CRONOGRAMA DEL AVANCE PROGRAMÁTICA

Objetos de Estudio	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
OBJETO DE ESTUDIO 1	■															
OBJETO DE ESTUDIO 2					■											
OBJETO DE ESTUDIO 3									■							
OBJETO DE ESTUDIO 4:													■			
OBJETO DE ESTUDIO 5:															■	
OBJETO DE ESTUDIO 6:															■	