

**PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIAS
IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

| | | | | | | | |
|---|------------|------------|--|------------------|---------------------------------------|--|----------------------------|
| Unidad Académica: Facultad de Diseño | | | | | | | |
| Programa Educativo: Licenciatura en Diseño | | | Nombre de la unidad de aprendizaje: Marco jurídico de medios de comunicación | | | | |
| Programa elaborado por Mtro. Fernando Garcés Poó | | | Fecha de elaboración: 2/04/2016 | | | Fecha de revisión y/o actualización: Nuevo | |
| Ciclo de Formación: Profesional | | | | | | Semestre: 4to. | |
| Clave: | HT: | HP: | TH: | Créditos: | Tipo de unidad de aprendizaje: | Modalidad del curso: | Modalidad Educativa |
| | 2 | 0 | 2 | 4 | Obligatoria | Teórico | Escolarizada |
| Programas educativos en los que se imparte: Materias afines en la DES de Educación y Humanidades | | | | | | | |
| Prerrequisitos: Nociones generales del contexto social y político de México y su entorno | | | UA antecedente recomendada: Estudios visuales | | | UA consecuente recomendada: Pensamiento complejo y comunicación transdisciplinar | |
| Presentación de la unidad de aprendizaje: La unidad de aprendizaje introducirá al estudiante a los reglamentos jurídicos vigentes en torno a los medios de comunicación tomando en cuenta todos los aspectos relacionados a los derechos morales y patrimoniales, así como con las reglamentaciones vigentes en torno a telecomunicaciones. | | | | | | | |
| Propósito de la unidad de aprendizaje: Conocer los fundamentos jurídicos de acuerdo con las leyes vigentes de medios y telecomunicaciones. | | | | | | | |
| Competencias profesionales Gestión | | | Contribución de la unidad de aprendizaje al perfil de egreso Los estudiantes adquirirán competencias y conocimientos profesionales para cumplir con el perfil de egreso. | | | | |

| ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE | |
|---|--|
| Contenidos | Secuencia temática |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas de comunicación 2. Conceptos y derechos 3. Medios impresos 4. Radio y televisión abierta 5. Sistemas de paga | <ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas de comunicación <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Liberales 1.2. Normativas 1.3. Culturales 2. Conceptos y derechos <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Jerarquía de la legislación en México 2.2. Libertad de expresión y censura 2.3. Derecho a la información 2.4. Derecho al secreto profesional en el periodismo 3. Medios impresos <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Ley de imprenta 3.2. Obligaciones de imprentas 3.3. Reglamentos sobre publicaciones y revistas 4. Radio y televisión abiertas <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Marco constitucional 4.2. Función social 4.3. Regimen de concesiones y permisos 4.4. Competencias de las secretarías de estado 4.5. Programación 4.6. Consejo nacional de radio y televisión 5. Sistemas de paga <ol style="list-style-type: none"> 5.1. TV por cable y sistemas MMDS 5.2. DTH 5.3. Ley federal de telecomunicaciones 5.4. Sistemas digitales |
| DESARROLLO DE CADA UNIDAD DE COMPETENCIA | |
| Nombre de la Unidad de Competencia 1. Gestión | <ul style="list-style-type: none"> • Dotar al estudiante de la capacidad de gestión relacionada al cumplimiento de las leyes vigentes de comunicaciones y telecomunicaciones. |
| Propósito de la Unidad de Competencia | Desarrollar habilidades para la gestión de registros relacionados con la propiedad intelectual. |

| | | | |
|--|---|---|---|
| Elementos de competencia | <ul style="list-style-type: none"> Herramientas de gestión | <ul style="list-style-type: none"> Capacidad de comunicación, gestión y administración. | <ul style="list-style-type: none"> Gestión Administración Análisis |
| Recursos Didácticos requeridos | | Tiempo Destinado | |
| Material bibliográfico, pantalla o proyector. | | Deberá multiplicar el total de horas por 16 semanas (duración del semestr), las cuales se distribuirán en las unidades de competencia a criterio del docente, TH: 2 X 16 semanas del semestre = 32 | |
| Estrategias de aprendizaje sugerida (Marque X) | | | |
| Aprendizaje basado en problemas | () | Nemotecnia | () |
| Estudios de caso | (X) | Método de proyectos | () |
| Investigación por equipo | (X) | Seminarios | () |
| Aprendizaje cooperativo | () | Coloquio | () |
| Ensayo | () | Taller | () |
| Mapas conceptuales | (X) | Ponencia científica | () |
| Otros: | | | |
| Técnica de Enseñanza sugerida | | Marque la técnica empleada (X) | |
| Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del profesor | | (X) | |
| Debate o Panel | | () | |
| Lectura comentada | | (X) | |
| Seminario de investigación | | () | |
| Estudio de Casos | | (X) | |
| Foro | | () | |
| Demostraciones | | () | |
| Ejercicios prácticos (series de problemas) | | () | |
| Experimentación (prácticas) | | () | |
| Trabajos de investigación documental | | (X) | |
| Anteproyectos de investigación | | () | |
| Organizadores gráficos (Diagramas de Venn, Mapas semánticos, etc.) | | () | |
| Otra [especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, discusión dirigida, juego de papeles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras)]: | | Discusión dirigida, diario reflexivo | |
| CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | |

| | |
|--|------------------------|
| Ejercicios 50% Asistencia 20% Proyecto final 30% | |
| PERFIL DEL DOCENTE | |
| Maestro o doctor en áreas afines a la licenciatura, preferentemente con experiencia en asuntos jurídicos. Posiblemente abogado con maestría o doctorado en derecho aplicado a medios de comunicación. | |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | |
| BÁSICAS Aznar, Hugo. <i>Ética en las comunicaciones y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios</i> . Barcelona: Paidós, 2005 Maza, Enrique. <i>Medios de comunicación: Realidades y búsquedas</i> . México: Universidad de la Ciudad de México, 2004. Ley Federal de Radio y Televisión (Vigente) Ley de Imprenta (Vigente) Ley Federal de Telecomunicaciones (Vigente) Ley Federal de Derechos de Autor (Vigente) Ley Federal de Protección al Consumidor (Vigente) | COMPLEMENTARIAS |