

Universidad Autónoma de Guerrero

Comisión General de Reforma Universitaria

Educación Media Superior

PLAN DE ESTUDIOS POR COMPETENCIAS 2010



INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

SEXTO SEMESTRE



Índice

<i>Presentación.....</i>	<i>3</i>
<i>1. Descripción de la unidad de aprendizaje.....</i>	<i>4</i>
<i>2. Tabla de procesos y contenidos</i>	<i>7</i>
<i>3l. Esquema gráfico de procesos y contenidos.....</i>	<i>9</i>
<i>4. Unidades de competencia</i>	<i>10</i>
<i>4.A. Unidad de competencia I. La comunicación escrita.....</i>	<i>10</i>
<i>4.A.1. Componentes de competencia.....</i>	<i>10</i>
<i>4.A.2.Secuencia didáctica</i>	<i>12</i>
<i>4.A.3. Instrumentos para la evaluación de la unidad de competencia</i>	<i>15</i>
<i>4.B. Unidad de competencia II. La comunicación oral.....</i>	<i>17</i>
<i>4.B.1. Componentes de competencia.....</i>	<i>17</i>
<i>4.B.2.Secuencia didáctica</i>	<i>19</i>
<i>4.B.3. Instrumentos para la evaluación de la unidad de competencia</i>	<i>22</i>
<i>4.C. Unidad de competencia III. La comunicación audiovisual y electrónica.....</i>	<i>24</i>
<i>4.C.1. Componentes de la competencia.....</i>	<i>25</i>
<i>4.C.2.Secuencia didáctica.....</i>	<i>26</i>
<i>4.C.3. Instrumentos para la evaluación de la unidad de competencia.....</i>	<i>29</i>
<i>5. Evaluación de la unidad de aprendizaje.....</i>	<i>31</i>
<i>6. Referencias</i>	<i>33</i>
<i>7. Anexos</i>	<i>34</i>
<i>8. Elaboración del programa.....</i>	<i>35</i>



Presentación

En la sociedad del conocimiento y la información, el saber entendido como fuerza que impulsa de manera determinante el desarrollo tanto individual como social, constituye una condición necesaria para el crecimiento, la democracia, la equidad y la libertad. En este contexto, la educación media superior se ha convertido en un tema de atención prioritaria para la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro). Sus nuevas tendencias, oportunidades y posibilidades, sus funciones de enlace entre los niveles básico y profesional, y su situación estratégica en el proceso formativo, dotan al bachillerato universitario de un gran potencial.

El programa de estudios que tienen en sus manos es producto de un importante esfuerzo de la subcomisión de educación media superior de la Comisión General de Reforma Universitaria de la UAGro, iniciado desde el año escolar 2010-2011, con la elaboración del plan de estudios 2010 y los programas del primer semestre con el enfoque basado en competencias, continuando con la elaboración de los programas del 2º, 3º, 4º y 5º semestres, hoy entregamos a ustedes el programa de la unidad de aprendizaje correspondiente al sexto semestre.

Este esfuerzo permitió que la UAGro, incorporara a su Educación Media Superior (EMS) al proceso de Reforma Integral de la Educación Media Superior (RIEMS), y ser parte del Sistema Nacional de Bachillerato (SNB), con el propósito fundamental de fortalecer los procesos de enseñanza aprendizaje y mejorar la calidad de nuestros egresados, teniendo como referencia el perfil de egreso a nivel nacional. Lo anterior permitirá que nuestras unidades académicas del bachillerato se acrediten gradualmente ante el SNB con los beneficios que ello implica.

Sin duda los programas de estudio son susceptibles de ser mejorados, por tal motivo se invita a los profesores autoridades y estudiantes, a que después de ser aplicados nos envíen sus sugerencias y comentarios para ir efectuando los ajustes necesarios en la próxima revisión y evaluación de los mismos.

En el avance de estos procesos de innovación curricular, es de destacarse el elevado compromiso y participación de los docentes de la EMS universitaria. Por ello, a nombre de la UAGro, reciban nuestro reconocimiento por desarrollar la tarea de formar y forjar al nuevo ciudadano, que habrá de construir un estado de Guerrero y un país con mejores oportunidades educativas, laborales, políticas y contribuir a su desarrollo sustentable.

ATENTAMENTE

M.C. Raúl Javier Carmona
Coordinador General de la CGRU

M. en A. Flavio Manrique Godoy
Secretario Técnico de la CGRU

M.C. Confesor Díaz Terrones
Coordinador de la Subcomisión de EMS de la CGRU



1. Descripción de la unidad de aprendizaje

Unidad de Aprendizaje	Introducción a la comunicación			
Clave	Tipo	Semestre	Etapa de formación	
3698	Optativa	Sexto	De integración y de vinculación	
Núcleo integrador del semestre	Créditos	Horas semana		Horas semestre
		T	P	
Construye tu proyecto profesional y de vida	4	1	2	48

Área de formación	Lenguaje y comunicación	
Descripción del área de formación		
El área de formación de lenguaje y comunicación, coadyuva en la formación integral de los estudiantes, mediante el desarrollo de competencias que incidan en su capacidad para argumentar y comunicar sus ideas, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación, como herramienta y el lenguaje como medio de expresión y eje principal de la formación de su pensamiento lógico		
Unidades de aprendizaje antecedentes del área	Unidades de aprendizaje simultáneas	Unidades de aprendizaje consecuentes del área
Taller de lectura I, II y III; Literatura I y II; Inglés I, II y III; Computación I y II; Investigación I.	Inglés IV, Investigación II, Geografía Ecología, Formación Ciudadana, Sociología, Economía II.	No existen

Propósitos generales de la Unidad de Aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Diseña estrategias de comunicación mediante el uso de medios masivos para contribuir a la solución de problemáticas de su entorno social. • Valora el papel de los medios de comunicación con base en el uso de la información para sustentar opiniones propias en contextos determinados. • Compara el impacto social de los diferentes medios masivos mediante estudios previos, para el diseño de una campaña de comunicación en su contexto social.
--	---

Categorías, Competencias genéricas y Atributos que se desarrollan	Categoría	Competencias genéricas	Atributos
	VI.- Participa con responsabilidad en la sociedad	VI.9 Participa con una conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, región, México y el mundo.	VI.9.1 Privilegia el diálogo como mecanismo para la solución de conflictos. VI.9.5 Actúa de manera propositiva frente a fenómenos de la sociedad y se mantiene informado.



Competencias Disciplinarias Extendidas que se desarrollan	<p>4. 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.</p> <p>1. Utiliza la información contenida en diferentes textos para orientar sus intereses en ámbitos diversos.</p> <p>8. 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.</p>
Perfil disciplinario de docente	<p>Preferentes: Lic. En Comunicación Humana, Lic. En Ciencias de la Comunicación, Lic. En Periodismo y Comunicación Colectiva, Lic. En Ciencias y Técnicas de la comunicación, Lic. En periodismo.</p> <p>Afines: Lic. En Mercadotecnia y Relaciones Públicas</p> <p>Preferentemente haber cursado del Diplomado en Competencias docentes</p>
Competencias docentes requeridas	<p>1. Organiza su formación continua a lo largo de su trayectoria profesional.</p> <p>2. Domina y estructura los saberes para facilitar experiencias de aprendizaje significativo.</p> <p>3. Planifica los procesos de enseñanza y de aprendizaje atendiendo al enfoque por competencias, y los ubica en contextos disciplinares, curriculares y sociales amplios.</p> <p>4. Lleva a la práctica procesos de enseñanza y de aprendizaje de manera efectiva, creativa e innovadora a su contexto institucional.</p> <p>5. Evalúa los procesos de enseñanza y de aprendizaje con un enfoque formativo.</p> <p>6. Construye ambientes para el aprendizaje autónomo y colaborativo.</p> <p>7. Contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano</p> <p>8. Participa en los proyectos de mejora continua de su escuela y apoya la gestión institucional.</p>



Lineamientos generales para el manejo del programa

La unidad de aprendizaje Introducción a la Comunicación, contribuye al proceso de formación de los estudiantes, con el desarrollo de las competencias genéricas y sus atributos establecidos en las categorías: Se expresa y se comunica, piensa crítica y reflexivamente, trabaja en forma colaborativa y participa con responsabilidad en la sociedad. A su vez desarrolla competencias disciplinares extendidas en el área de lenguaje y comunicación, puesto que al cursar esta disciplina de carácter propedéutico el estudiante podrá contar con una formación elemental en la disciplina de la comunicación, conforme lo establece el Plan de estudios del nivel medio superior.

En razón de lo anterior se sugiere al docente trabajar en sesiones de 100 minutos, a fin de llevar a cabo adecuadamente las secuencias didácticas por unidad temática, facilitando ambientes de aprendizaje que incidan en el desarrollo de las competencias, atributos y componentes.

De esta manera, el docente cuenta con los ejes transversales establecidos en el plan de estudios 2010, que le permitirán mejorar la aplicación de las estrategias didácticas contenidas en el programa de estudio. De tal manera que la perspectiva metodológica que aportan los ejes transversales a este programa se determinan de la siguiente manera:

El eje heurístico implica que los estudiantes desarrollen, diseñen y comuniquen propuestas de solución a problemáticas concretas de su entorno, en virtud de lo anterior se sugiere retomar los temas transversales: Educación para la democracia y educación para la conservación del medio.

Con respecto al eje teórico epistemológico el docente facilita al alumno la integración de diferentes aportaciones teóricas sobre los medios de comunicación que utilizarán en el diseño de una campaña propagandística en su contexto social próximo.

El eje socio axiológico se trabaja desde el encuadre dando a conocer a los alumnos las competencias a desarrollar en el programa, los subproductos y la evaluación de manera oportuna, consensando con sus compañeros de equipo y el profesor decisiones relativas al diseño de cada uno de los medios de comunicación que integran su campaña.

Finalmente, el eje de cultura básica y profesional se trabaja en un marco del interés generado por la comunicación, como una disciplina propedéutica para que el alumno oriente su interés vocacional en el nivel superior.

En ese orden de ideas el docente:

Deberá conocer el contenido íntegro de la Unidad de aprendizaje.

Dedicará una sesión al encuadre de la unidad temática o de la unidad de aprendizaje

Dará a conocer a los estudiantes los instrumentos de evaluación que utilizará para que de manera consensada se aprueben con el grupo los indicadores y criterios de evaluación. Cabe mencionar que en el programa se proponen varios instrumentos de evaluación, tanto para los subproductos como para el producto integrador por unidad temática, para dar una orientación general al docente, no obstante el docente puede diseñar otros instrumentos de manera colegiada, que complementen o mejoren la evaluación y retroalimentación de las competencias.

Deberá establecer mecanismos de retroalimentación para cada uno de los subproductos que integran el producto integrador por unidad temática y por unidad de aprendizaje.

Evaluará los atributos de las competencias genéricas, sin que ello signifique dejar de desarrollar otros más que serán evaluados en semestres distintos, a su vez, integrará en los instrumentos de evaluación las competencias disciplinares y los propósitos a desarrollar, conforme a las propuestas presentadas en este programa de estudio.

Entre los lineamientos particulares de esta unidad de aprendizaje destaca la elaboración en cada unidad temática de un producto integrador que paulatinamente formará parte de una campaña propagandística que será presentada en la unidad académica. En este sentido los productos integradores y la campaña serán evaluados mediante rúbricas. Cada uno de los subproductos indicados en las secuencias didácticas no necesariamente se integra a la campaña, sino que fundamentan los aprendizajes y el desarrollo de las habilidades que los estudiantes necesitan para diseñar el producto integrador.



2. Tabla de procesos y contenidos

Competencias disciplinares extendidas	Proceso de construcción del aprendizaje	Unidades de competencia		
		I. Comunicación escrita	II. Comunicación oral	III. Comunicación audiovisual y electrónica
1. Utiliza la información contenida en diferentes textos para orientar sus intereses en ámbitos diversos.	Identifica la comunicación como un proceso del pensamiento lógico.	<p>Define el proceso de la comunicación escrita</p> <p>Describe los elementos del proceso de comunicación escrita.</p> <p>Contrasta las características de los medios de comunicación escrita.</p>	<p>Define el proceso de la comunicación oral</p> <p>Describe los elementos del proceso de comunicación oral.</p> <p>Contrasta las características de los medios de comunicación oral</p>	<p>Define los procesos de la comunicación audiovisual y electrónica</p> <p>Describe los elementos de LOS procesos de comunicación audiovisual y electrónica</p> <p>Contrasta las características de los medios de comunicación audiovisual y electrónicos</p>
8. 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.	Explica la intención y situación comunicativa en cada medio de comunicación.	Distingue la intención y situación comunicativa en los medios de comunicación escrita.	Distingue la intención y situación comunicativa en los medios de comunicación oral.	Distingue la intención y situación comunicativa en los medios de comunicación audiovisual y electrónica
	Utiliza la diversidad de los sistemas y medios de comunicación.	Reconoce las funciones de la comunicación escrita en su contexto social.	Relaciona las características de los medios de comunicación oral y escrita Reconoce las funciones de la comunicación oral en su contexto social.	Relaciona las características de los medios de comunicación oral, escrita, audiovisual y electrónicos Reconoce las funciones de la comunicación audiovisual y electrónica en su contexto social.
4. 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.	Diseña una campaña propagandística en su entorno social.	<p>Diferencia las fortalezas y debilidades de la comunicación escrita.</p> <p>Identifica un medio escrito para la campaña propagandística</p>	<p>Diferencia las fortalezas y debilidades de la comunicación oral.</p> <p>Identifica un medio oral para la campaña propagandística.</p> <p>Deduce la interdependencia entre la comunicación escrita y oral en su campaña propagandística</p>	<p>Diferencia las fortalezas y debilidades de la comunicación audiovisual y electrónica</p> <p>Identifica un medio audiovisual para la campaña</p> <p>Deduce la interdependencia entre la comunicación escrita, oral,</p>



				audiovisual y electrónica en su campaña propagandística
	Presenta la campaña propagandística en su entorno social.	Plantea un mensaje en un medio escrito para la campaña propagandística (cartel, tríptico, folleto).	Plantea un mensaje de audio para la campaña propagandística.	Plantea un mensaje en un medio audiovisual o electrónico para la campaña propagandística.
Producto integrador		Campaña propagandística sobre una problemática social con base en los temas transversales: <i>Educación para la democracia y Educación para la conservación del medio.</i>		

3. Esquema gráfico de procesos y contenidos

Identifica la comunicación como un proceso de pensamiento lógico



Explica la intención y situación comunicativa en cada medio de comunicación

Utiliza la diversidad de los sistemas y medios de comunicación

Diseña una campaña propagandística en su entorno social

Presenta la campaña propagandística en el aula.



4. Unidades de competencia

4. A. Unidad de competencia I

Nombre de la unidad de competencia	La comunicación escrita		Horas previstas*	15 HORAS
Propósitos de la unidad de competencia	Desarrolla una estrategia de comunicación escrita mediante el uso de los medios de comunicación impresos para integrar una campaña propagandística que promueva la concientización de problemáticas concretas en su contexto social.			
Producto integrador	Medio escrito para la Campaña Propagandística (se sugiere cartel, tríptico o folleto)			
Competencias disciplinares básicas	Proceso de construcción de aprendizajes	4.A.1. Componentes de competencias		
		Conceptuales	Procedimentales	Actitudinales
1. Utiliza la información contenida en diferentes textos para orientar sus intereses en ámbitos diversos.	Identifica la comunicación como un proceso del pensamiento lógico.	Define el proceso de la comunicación escrita. Describe los elementos del proceso de comunicación escrita. Contrasta las características de los medios de comunicación escrita.	Ilustra el proceso de la comunicación escrita. Clasifica los elementos del proceso de comunicación escrita. Examina las características de los medios de comunicación escrita.	Valora el proceso de la comunicación escrita como parte de su desarrollo.
8. 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.	Explica la intención y situación comunicativa en cada medio de comunicación.	Distingue la intención y situación comunicativa en los medios de comunicación escrita.	Explica la intención y situación comunicativa así como las funciones en los medios de comunicación escrita.	
	Utiliza la diversidad de los sistemas y medios de comunicación.	Reconoce las funciones de la comunicación escrita en su contexto social.	Comprueba las funciones de la comunicación escrita en su contexto social.	
4. Propone soluciones a problemáticas de su comunidad, a través de diversos tipos de textos, aplicando la estructura	Diseña una campaña propagandística en su entorno social.	Diferencia las fortalezas y debilidades de la comunicación escrita. Identifica un medio escrito para la campaña propagandística	Analiza las fortalezas y debilidades de la comunicación escrita. Diseña un mensaje en un medio escrito para la campaña propagandística.	



discursiva, verbal o no verbal, y los modelos gráficos o audiovisuales que estén a su alcance.	Presenta la campaña propagandística en su entorno social	Plantea un mensaje en un medio escrito para la campaña propagandística (cartel, tríptico, folleto).	Imprime propaganda escrita para la campaña propagandística.	
Situación de aprendizaje				
Campaña propagandística (inductivo-deductiva). Propaganda en medios escritos sobre una problemática concreta de su contexto social relativa a la educación para la democracia y/o educación para la conservación del medio.				
Nivel de desempeño esperado				
Los resultados de las actividades de aprendizaje superan el propósito planteado y la evidencia solicitada, y dan cuenta de un alto compromiso del estudiante, quien profundiza en los conceptos, procedimientos y actitudes que comprenden las competencias y propósitos de la Unidad de Competencia.				
Temas transversales		Educación para la democracia Educación para la preservación del medio		

*Se sugiere trabajar en sesiones de dos horas.



4.A.2 Secuencia didáctica

Producto integrador		Medio escrito para la Campaña Propagandística (se sugiere cartel, tríptico o folleto)	Instrumento para evaluar el producto integrador		Rúbrica	
Momento	Función	Actividades del estudiante	Estrategias didácticas	Recursos didácticos	Evaluación	
					Subproducto	Instrumento*
Apertura	<p>1. <i>Problematizar</i> 2. <i>Recuperar conocimiento previo.</i></p>	<p>Consensa con sus compañeros del grupo el encuadre presentado por el profesor. Actividad 1. Utiliza un periódico reciente, revista, un cartel, tríptico o folleto Con base en estos medios escritos los estudiantes analizan y responden las siguientes preguntas: 1. ¿Qué es comunicación? 2. ¿Cuál es la importancia de la comunicación en la vida cotidiana? 3. ¿Cuáles son las formas de comunicación que conoces? 4. ¿Qué incluye la comunicación escrita? 5. ¿Qué características tiene la comunicación escrita en el periódico, revistas, cartel, tríptico y folleto? 6. ¿Cómo diseñarías correctamente un mensaje en estos medios escritos? Actividad 2. Redacta la importancia de la comunicación escrita mediante una ficha de comentario. Presenta el producto al profesor para su evaluación y retroalimentación. Lo integra al portafolio de evidencias.</p>	<p>Dinámica de integración grupal. Ilustraciones Preguntas orientadoras. Reflexión crítica. Lluvia de ideas y preguntas orientadoras. Reflexión crítica.</p>	<p>Lista de preguntas. Cartel, periódico, revista, tríptico o folleto. Hojas blancas</p>	<p>Participación en plenaria Cuestionario escrito Ficha de comentario individual</p>	<p>Registro de participación. (Diagnóstica heteroevaluación) Lista de cotejo (Diagnóstica heteroevaluación) Lista de cotejo (Diagnóstica heteroevaluación)</p>



Desarrollo	3. <i>Adquirir y organizar nueva información.</i>	<p>Actividad 3. Investigación en equipos de tres o cuatro integrantes sobre los elementos y características de los medios escritos.</p> <p>Los equipos presentan frente al grupo la información en cuadros sinópticos o comparativos.</p> <p>El docente orienta las exposiciones y enfatiza la importancia de la comunicación escrita en cada una de sus formas.</p> <p>Presenta el producto al grupo y al profesor para su evaluación y retroalimentación. Integran sus productos al portafolio de evidencias.</p>	<p>Investigación documental por equipos.</p> <p>Trabajo colaborativo</p> <p>Reflexión crítica.</p>	<p>Internet</p> <p>Textos de consulta.</p> <p>Computadora</p> <p>Hojas bond.</p> <p>Plumones.</p>	<p>Exposición por equipos</p> <p>Cuadro sinóptico o comparativo.</p>	<p>Lista de cotejo. (Formativa, coevaluación y heteroevaluación)</p>
	4. <i>Procesar nueva información.</i>	<p>Actividad 4. Selecciona de un medio escrito.</p> <p>Se organizan en equipo de cinco a seis integrantes y seleccionan un medio de comunicación escrita (periódico, cartel, revista, tríptico o folleto)</p> <p>Del medio seleccionado:</p> <p>Distingue la intención y situación comunicativa.</p> <p>Reconoce las funciones de la comunicación escrita.</p> <p>Diferencia las fortalezas y debilidades del medio.</p> <p>Elaboran y exponen al grupo un esquema gráfico con los puntos anteriores.</p> <p>Presenta el producto al grupo y al profesor para su evaluación y retroalimentación. Integran sus productos al portafolio de evidencias.</p>	<p>Investigación documental por equipo.</p> <p>Trabajo colaborativo.</p> <p>Reflexión crítica.</p>	<p>Periódico, cartel, revista, tríptico o folleto</p> <p>Textos de consulta.</p> <p>Computadora.</p> <p>Hojas bond</p> <p>Plumones.</p>	<p>Exposición por equipos</p> <p>Esquema gráfico.</p>	<p>Lista de cotejo. (Formativa, coevaluación y heteroevaluación)</p>
Cierre	5. <i>Aplicar, transferir información.</i>	<p>Actividad 5. Diseña un medio escrito.</p> <p>Los equipos que trabajaron la actividad cuatro diseñan en computadora un mensaje de acuerdo a las características del medio escrito seleccionado que contribuya a la solución de una problemática de su entorno.</p> <p>Imprimen la propaganda escrita y la presentan al grupo de manera oral.</p> <p>Anexa su producto integrador al portafolio de evidencias.</p>	<p>Diseño del medio escrito</p> <p>Trabajo colaborativo.</p> <p>Reflexión crítica.</p>	<p>Computadora.</p> <p>Impresora.</p>	<p>Presentación al grupo de su medio escrito</p> <p>Diseño del cartel, tríptico o folleto</p>	<p>Rúbrica del producto integrador de la unidad temática (Evaluación sumativa, heteroevaluación)</p>



Cierre	6. Tomar conciencia (metacognición).	<p>Socializa el portafolio de evidencias Comparte con sus compañeros de grupo sus productos y recibe retroalimentación de los mismos. Autoevalúa su trabajo contestando las siguientes preguntas: ¿Cuál fue mi participación en el equipo? ¿Qué sentí? ¿Qué aprendí? ¿Para qué me sirvió? ¿Cómo contribuye el medio escrito que yo diseñé a la solución de la problemática de mi entorno?</p>	Reflexión personal crítica. Trabajo colaborativo	Internet Computadora Contexto escolar	Portafolio de evidencias	Bitácora COL (Sumativa Autoevaluación,)
--------	--------------------------------------	---	---	---	--------------------------	---

* Los instrumentos para evaluar los subproductos están en el apartado de Anexos.



4.A.3. Instrumentos para la evaluación de la unidad de competencia

Producto integrador de la unidad temática I	Medio escrito para la Campaña Propagandística (se sugiere cartel, tríptico o folleto)				
Crterios y evidencias	<i>Niveles de desarrollo de la competencia</i>				
	<i>Excelente 10</i>	<i>Muy bien 9</i>	<i>Bien 8</i>	<i>Suficiente 7</i>	<i>Insuficiente 6</i>
Participa con opiniones propias en la redacción del mensaje para la solución de problemáticas de su comunidad	Tiene una participación activa, con propuestas y sugerencias aceptadas en la elaboración del Producto (cartel, folleto o tríptico) y fomenta la participación de los demás.	Tiene una participación muy frecuente, con propuestas aceptadas en la elaboración del producto.	La participación es frecuente aunque las propuestas no siempre contribuyen de manera adecuada en la conformación del mensaje escrito	La participación es deficiente y poco frecuente sin aportes a la redacción del mensaje.	No hay participación en la redacción del mensaje base para el mensaje escrito del cartel, tríptico o folleto. Su actitud es pasiva y poco colaborativa.
Presenta información cívica y etica contenida en diferentes textos sobre la problemática social de su comunidad	Contiene información cívica y ética altamente relacionada con la problemática del entorno lo que contribuye a su reflexión. Tiene un alto impacto.	Contiene información cívica y ética relacionada con la problemática del entorno pero con un bajo impacto en su reflexión.	La información cívica y ética que está presente en el producto está relacionada con la problemática pero no tiene el impacto adecuado en la reflexión.	Es mínima la información cívica y ética que se detecta en el mensaje escrito plasmado en el cartel, tríptico o folleto.	No contiene información cívica y ética relacionada con la problemática social del entorno y que contribuya a la reflexión.
Contiene imágenes de los fenómenos sociales de la problemática de su comunidad	Las imágenes que contiene el mensaje son las más adecuadas y contribuyen a la reflexión sobre la problemática a trabajar. Tienen un buen impacto visual, claras, nítidas y con buen color.	Las imágenes que contiene el mensaje son apropiadas y ayudan a la reflexión sobre la problemática a trabajar. Las fotos son claras, nítidas y el color es adecuado pero el impacto visual es bajo.	Las imágenes utilizadas no son contundentes sin embargo invitan a la reflexión sobre la problemática. La calidad de la imagen es aceptable	Las imágenes no tienen el impacto adecuado hay poca relación entre la imagen y la problemática a trabajar y la reflexión que se desprende sobre la problemática social es mínima. Hay algunos errores en cuanto a la calidad de la imagen.	Las imágenes carecen de impacto, y no invitan a una reflexión sobre la problemática, existe una estructura deficiente. Hay imágenes, borrosas pixeledas y de baja calidad.
Existe una estructura en la redacción del mensaje para la solución de problemáticas de su comunidad	Utiliza de manera eficiente la comunicación escrita es clara y sencilla de fácil comprensión de	Utiliza de manera concisala comunicación escrita es clara de acuerdo a las características de la	La redacción el mensaje es deficiente, aunque es claro y sencillo carece de impacto, lo que	No utiliza una buena estructura en la redacción de su mensaje. La redacción es poco	Existe una mala redacción. No hay una buena administración de espacios, se



	<p>acuerdo a las características de la comunidad. El mensaje corresponde a la extensión solicitada Representa con la realidad los aspectos de la problemática social</p>	<p>comunidad a la cual se le dirige el cartel, tríptico o folleto. El mensaje es adecuado en cuanto a extensión. Representa con interpretaciones personales todos aspectos relacionados de su problemática social.</p>	<p>dificulta la aceptación del mensaje. El mensaje no es adecuado en cuanto extensión Representa con interpretaciones algunos aspectos de su problemática social</p>	<p>clara y deficiente. El mensaje carece de impacto. Representa los aspectos de la problemática social con ciertas limitaciones.</p>	<p>presentantextos demasiado largos o muy cortos sin ningún impacto. Los aspectos de la problemática social están plasmados de manera deficiente y poco clara. La información no es la correcta.</p>
<p>Emplea una estructura dentro del producto visual: colores , imagen y texto que capten la atención sobre el conflicto social e influyan sobre su solución</p>	<p>Existe un trabajo semiótico impactante a la vista, atractivo y agradable. Hay un equilibrio en los recursos: texto, imagen y gama cromática. Los colores son impactantes a la vista, son colores de longitudes largas (rojos, amarillos y amarillos-verdes). El trabajo es en todos sentidos un trabajo de calidad que contribuye altamente para que el mensaje sea aceptado.</p>	<p>Utiliza el lenguaje visual de manera adecuada. Los colores son buenos de acuerdo al concepto trabajado y su contexto.Son colores de longitudes largas (rojos, amarillos y amarillos-verdes). Hay un buen equilibrio entre los elementos.</p>	<p>El lenguaje visual que se utiliza es correcto y claro aunque con ciertas inconsistencias en el uso de los recursos, texto, imagen y el color, lo que dificulta su comprensión.</p>	<p>Utiliza un lenguaje visual con deficiencias poco claro y con problemas de redacción. La integración de la gama cromática, la imagen y el texto no es del todo adecuada. En el texto no se resalta la idea principal.</p>	<p>Hay una estructura inadecuada lo que causa confusión e incomprensión del mensaje. No hay integración visual entre la imagen, el texto y la gama cromática. La gama cromática no es la adecuada para el impacto visual. Hay un exceso de texto sin resaltar la idea principal.</p>



4.B. Unidad de competencia II

Nombre de la unidad de competencia	La comunicación oral.	Horas previstas*	15 horas	
Propósitos de la unidad de competencia	Presenta una estructura discursiva verbal mediante un spot de audio para integrar una campaña propagandística que coadyuve a la resolución de problemáticas concretas en su contexto social.			
Producto integrador	Spot de audio para la Campaña Propagandística			
Competencias disciplinares básicas	Proceso de construcción de aprendizajes	4.B.1. Componentes de competencias		
		Conceptuales	Procedimentales	Actitudinales
1. Utiliza la información contenida en diferentes textos para orientar sus intereses en ámbitos diversos.	Identifica la comunicación como un proceso del pensamiento lógico.	Define el proceso de la comunicación oral. Describe los elementos del proceso de comunicación oral. Contrasta las características de los medios de comunicación oral. Reconoce las funciones de la comunicación oral en su contexto social.	Ilustra el proceso de la comunicación oral. Clasifica los elementos del proceso de comunicación oral. Examina las características de los medios de comunicación oral.	Valora el proceso de la comunicación oral como parte de su desarrollo.
	8. 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.	Explica la intención y situación comunicativa en cada medio de comunicación. Utiliza la diversidad de los sistemas y medios de comunicación.	Distingue la intención y situación comunicativa en los medios de comunicación oral. Relaciona las características de los medios de comunicación oral y escrita	
				Aprecia la utilidad de la comunicación oral en su vida diaria y en su contexto social



<p>4. 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.</p>	<p>Diseña una campaña propagandística en su entorno social.</p>	<p>Diferencia las fortalezas y debilidades de la comunicación oral. Identifica un medio oral para la campaña propagandística. Deduce la interdependencia entre la comunicación escrita y oral en su campaña propagandística</p>	<p>Analiza las fortalezas y debilidades de la comunicación oral. Expone la relación entre el mensaje escrito y el mensaje oral en su campaña propagandística Diseña un mensaje en un medio oral para la campaña propagandística.</p>	
	<p>Presenta la campaña propagandística en su entorno social</p>	<p>Plantea un mensaje de audio para la campaña propagandística.</p>	<p>Graba un mensaje de audio para la campaña propagandística. Demuestra las características de la propaganda y medios de comunicación incluidos en su campaña propagandística</p>	
<p>Situación de aprendizaje</p>				
<p>Campaña propagandística (inductivo-deductiva). Propaganda oral sobre una problemática concreta de su contexto social relativa a la educación para la democracia y educación para la conservación del medio.</p>				
<p>Nivel de desempeño esperado</p>				
<p>Los resultados de las actividades de aprendizaje superan el propósito planteado y la evidencia solicitada, y dan cuenta de un alto compromiso del estudiante, quien profundiza en los conceptos, procedimientos y actitudes que comprenden las competencias y propósitos de la Unidad de Competencia.</p>				
<p>Temas transversales</p>	<p>Educación para la democracia Educación para la preservación del medio</p>			



4.B.2 Secuencia didáctica

Producto integrador		Spot de audio para la Campaña Propagandística	Instrumento para evaluar el producto integrador		Rúbrica	
Momento	Función	Actividades del estudiante	Estrategias didácticas	Recursos didácticos	Evaluación	
					Subproducto	Instrumento*
Apertura	1.Problematizar 2Recuperar conocimiento previo.	<p>Consensa con sus compañeros de grupo el encuadre presentado por el profesor para la segunda unidad temática.</p> <p>Actividad 1. Con los equipos ya formados se graba un programa de radio de 10 a 15 minutos (se sugiere un programa musical, noticiario, revista, educativo). Con base en esta grabación los estudiantes analizan y responden las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es la importancia de la comunicación oral en la vida cotidiana? 2. ¿Qué incluye la comunicación oral? 3. ¿Cuál es el proceso de la comunicación oral? 4. ¿Qué características tiene la comunicación oral especialmente en el producto que tomaste? 5. ¿Cómo diseñarías correctamente un mensaje para un medio oral? <p>Actividad 2. Redacta la importancia de la comunicación oral mediante una ficha de comentario. Presenta el producto al profesor para su evaluación y retroalimentación. Lo integra en el portafolio de evidencias.</p>	<p>Dinámica de integración grupal.</p> <p>Escenario Preguntas orientadoras.</p> <p>Reflexión crítica</p>	<p>Lista de preguntas de radio (musical, revista, noticiario, educativo)</p> <p>Hojas blancas.</p> <p>Computadora</p> <p>Internet</p> <p>Grabadora</p> <p>Bocinas</p>	<p>Participación en plenaria</p> <p>Cuestionario escrito.</p> <p>Ficha de comentario en equipo.</p>	<p>Registro de participación. (diagnóstica heteroevaluación)</p> <p>Lista de cotejo (diagnóstica heteroevaluación)</p>



Desarrollo	3. <i>Adquirir y organizar nueva información.</i>	<p>Actividad 3. Por equipos visitan una estación de radio como un medio de comunicación oral (si no hay ninguna en su ciudad la investigación se realizará por internet)</p> <p>Actividad 4. Como resultado de la visita los equipos elaboran un cuadro sinóptico sobre los elementos y características de la radio.</p> <p>Presentan el producto frente al grupo y al profesor para su evaluación y retroalimentación.</p> <p>Integran su producto al portafolio de evidencias.</p>	<p>Investigación de campo por equipos.</p> <p>Investigación documental.</p> <p>Trabajo colaborativo</p> <p>Reflexión crítica</p>	<p>Internet.</p> <p>Textos de consulta.</p> <p>Computadora.</p> <p>Hojas bond.</p> <p>Plumones.</p>	<p>Exposición por equipos.</p> <p>Cuadro sinóptico.</p>	<p>Lista de cotejo.</p> <p>Formativa, coevaluación y heteroevaluación</p>
	4. <i>Procesar nueva información.</i>	<p>Actividad. Selecciona un programa de radio.</p> <p>Con los equipos ya formados de la actividad anterior y con el programa de radio seleccionado (programa de revista, noticiario, musical o educativo) se investiga lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La intención y situación comunicativa. • Las funciones de la comunicación oral. • Las fortalezas y debilidades del medio. <p>Elaboran y exponen al grupo un esquema gráfico con los puntos anteriores.</p> <p>Presenta el producto al grupo y al profesor para su evaluación y retroalimentación. Integran sus productos al portafolio de evidencias.</p>	<p>Investigación documental por equipo.</p> <p>Trabajo colaborativo.</p> <p>Reflexión crítica.</p>	<p>Grabación de radio (programa musical, de revista, noticiario, educativo)</p> <p>Grabadora</p> <p>Bocinas</p> <p>Internet</p> <p>Textos de consulta.</p> <p>Computadora.</p> <p>Hojas bond</p> <p>Plumones.</p>	<p>Exposición por equipo.</p> <p>Esquema gráfico.</p>	<p>Lista de cotejo. (formativa, coevaluación y heteroevaluación)</p>



Cierre	5. Aplicar, transferir información.	<p>Actividad 5 diseñan un medio oral. (se sugiere spot de audio)</p> <p>Los equipos ya integrados diseñan un mensaje de acuerdo a las características del medio oral, que contribuya a la solución de la problemática ya seleccionada en la unidad anterior.</p> <p>El mensaje es parte del producto integrador general que es la campaña propagandística por lo cual tiene que tener relación con el trabajo realizado en la unidad anterior.</p> <p>Expone la relación entre el mensaje escrito y el mensaje oral en su campaña propagandística.</p> <p>Graban el mensaje propagandístico (spot de audio) y lo presentan al grupo.</p> <p>Anexa su producto integrador al portafolio de evidencias.</p>	<p>Diseño del medio oral.</p> <p>Trabajo colaborativo</p> <p>Reflexión crítica.</p>	<p>Spot de audio.</p> <p>Computadora</p> <p>Grabadora.</p> <p>Bocinas.</p> <p>Computadora.</p> <p>Impresora.</p>	<p>Presentación al grupo de su mensaje oral. (spot de radio)</p> <p>Diseño de del spot de radio</p>	<p>Rúbrica del producto integrador de la unidad temática (evaluación sumativa, heteroevaluación)</p>
Cierre	6. Tomar conciencia (metacognición).	<p>Socializa el portafolio de evidencias.</p> <p>Comparte con sus compañeros de grupo sus productos y recibe retroalimentación de los mismos. Autoevalúa su trabajo contestando las siguientes preguntas:</p> <p>¿Cuál fue mi participación en el equipo en la segunda unidad temática?</p> <p>¿Qué aprendí del medio de comunicación oral?</p> <p>¿Cómo me puede servir lo que aprendí en mi vida cotidiana?</p> <p>¿Cómo contribuye el medio oral que diseñamos a la solución de la problemática de mi entorno?</p>	<p>Reflexión personal crítica.</p> <p>Trabajo colaborativo.</p>	<p>Internet</p> <p>Computadora</p>	<p>Portafolio de evidencias.</p>	<p>Bitácora COL (sumativa autoevaluación)</p>

* Los instrumentos para evaluar los subproductos están en el apartado de Anexos.



4.B.3. Instrumentos para la evaluación de la unidad de competencia

Producto integrador de la unidad temática I	Medio oral para la Campaña Propagandística (se sugiere spot de audio)				
Criterios y evidencias	Niveles de desarrollo de la competencia				
	Excelente 10	Muy bien 9	Bien 8	Suficiente 7	Insuficiente 6
Participa con opiniones propias en la redacción del mensaje para la solución de problemáticas de su comunidad	Tiene una participación activa, con propuestas y sugerencias aceptadas en la elaboración del spot de audio, fomenta la participación de los demás.	Tiene una participación frecuente, con propuestas aceptadas en la elaboración del spot de audio.	La participación es frecuente aunque las propuestas no siempre contribuyen de manera adecuada en la conformación del mensaje de audio.	La participación es deficiente y poco frecuente sin aportes a la redacción del mensaje.	No hay participación en la redacción del mensaje base para el spot de audio. Su actitud es pasiva.
Presenta información cívica y ética contenida en el spot de audio sobre la problemática social de su comunidad	Contiene información cívica y ética altamente relacionada con la problemática del entorno lo que contribuye a su reflexión. Tiene el impacto necesario.	Contiene información cívica y ética relacionada con la problemática del entorno pero con un bajo impacto en la reflexión.	La información cívica y ética que está presente en el producto está relacionada con la problemática pero no tiene el impacto adecuado.	Es mínima la información cívica y ética que se detecta en el spot de audio.	No contiene información cívica y ética relacionada con la problemática social del entorno y que contribuya a la reflexión.
Contiene frases que contribuyen a la reflexión sobre alguna problemática de su comunidad.	Las frases que contiene el mensaje son las más adecuadas y contribuyen altamente a la reflexión sobre la problemática a trabajar. Utilizan palabras clave.	Las frases que contiene el mensaje son apropiadas y ayudan a la reflexión sobre la problemática a trabajar.	Las frases utilizadas no son contundentes pero invitan a la reflexión sobre la problemática.	Las frases no tienen el impacto adecuado y la reflexión que se desprende sobre la problemática social mínima. No resalta la idea fundamental.	Las frases carecen de impacto y no invitan a una reflexión sobre la problemática, existe una estructura deficiente.
Utiliza recursos sonoros como la palabra, la música, los efectos y el silencio. Como parte del mensaje para ilustrar de manera auditiva los aspectos negativos y positivos de la problemática social de su comunidad	Utiliza de manera eficiente el lenguaje sonoro integrado por la música, los efectos, el silencio y la palabra con los tiempos precisos y el impacto adecuado. Ilustra fielmente los	Utiliza el lenguaje sonoro. Integra la música, los efectos y la palabra para ilustrar los aspectos de la problemática social de manera precisa	Utiliza sólo algunos de los recursos del lenguaje sonoro, aun así ilustra los aspectos de la problemática social. El impacto auditivo es menor y el interés del	No utiliza todos los recursos del lenguaje sonoro. Ilustra los aspectos de la problemática social con ciertas limitaciones en la organización de los recursos aditivos.	Utiliza de manera inadecuada los recursos del lenguaje sonoro. Los aspectos de la problemática social están plasmados de manera deficiente y



	aspectos de la problemática social.		receptor puede ser bajo.	El mensaje es demasiado corto o largo.	poco clara.
Emplea un lenguaje claro y sencillo acorde a las características de su comunidad.	Utiliza el lenguaje de manera eficiente, es claro y contundente de acuerdo a las características de la comunidad a la cual se le dirige el spot de audio.	Utiliza el lenguaje de manera precisa, es claro y sencillo de acuerdo a las características de la comunidad a la cual se le dirige el spot de audio.	El lenguaje que se utiliza es claro aunque con ciertas inconsistencias en su estructura.	Utiliza un lenguaje con deficiencias, es poco claro y con problemas de redacción que dificultan su comprensión	Utiliza un lenguaje que no es acorde a la comunidad a la que se dirige el mensaje. Hay una estructura inadecuada lo que causa confusión e incompreensión del mensaje. Utiliza palabras incorrectas



4.C. Unidad de competencia III

Nombre de la unidad de competencia	La comunicación audiovisual y electrónica	Horas previstas*	18 horas	
Propósitos de la unidad de competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza los modelos audiovisuales y electrónicos mediante la producción y publicación de un video para integrar una campaña propagandística que promueva la concientización sobre problemáticas concretas en su contexto social. • Presenta la campaña propagandística con el apoyo de los diferentes medios de comunicación y la propaganda realizada para proyectar la problemática planteada en su cultura, familia y comunidad. 			
Producto integrador	Vídeo para la Campaña Propagandística			
Competencias disciplinares básicas	Proceso de construcción de aprendizajes	4.C. 1. Componentes de la competencia		
		Conceptuales	Procedimentales	Actitudinales
1. Utiliza la información contenida en diferentes textos para orientar sus intereses en ámbitos diversos.	Identifica la comunicación como un proceso del pensamiento lógico.	<p>Define los procesos de la comunicación audiovisual y electrónica</p> <p>Describe los elementos de los procesos de comunicación audiovisual y electrónica</p> <p>Contrasta las características de los medios de comunicación audiovisual y electrónica.</p>	<p>Ilustra el proceso de la comunicación audiovisual.</p> <p>Clasifica los elementos del proceso de comunicación audiovisual.</p> <p>Examina las características de los medios de comunicación audiovisual.</p>	Valora el proceso de la comunicación audiovisual y electrónica como parte de su desarrollo.
8. 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.	<p>Explica la intención y situación comunicativa en cada medio de comunicación.</p> <p>Utiliza la diversidad de los sistemas y medios de comunicación.</p>	<p>Distingue la intención y situación comunicativa en los medios de comunicación audiovisual y electrónica</p> <p>Relaciona las características de los medios de comunicación oral, escrita, audiovisual y electrónicos</p> <p>Reconoce las funciones de la comunicación audiovisual y electrónica en su contexto social.</p>	<p>Explica la intención y situación comunicativa así como las funciones en los medios de comunicación audiovisual.</p> <p>Demuestra las características de la propaganda y medios de comunicación incluidos en su campaña propagandística</p> <p>Comprueba las funciones de la comunicación audiovisual y electrónica en su contexto social.</p>	



<p>4. 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.</p>	<p>Diseña una campaña propagandística en su entorno social.</p>	<p>Diferencia las fortalezas y debilidades de la comunicación audiovisual y electrónica.</p> <p>Identifica un medio audiovisual para la campaña propagandística.</p> <p>deduce la interdependencia entre la comunicación escrita, oral, audiovisual y electrónica en su campaña propagandística.</p>	<p>Analiza las fortalezas y debilidades de la comunicación audiovisual.</p> <p>Diseña un mensaje en un medio audiovisual para la campaña propagandística.</p> <p>Expone la relación entre el mensaje escrito, oral, audiovisual y electrónico en su campaña propagandística.</p>	<p>Aprecia la utilidad de la comunicación audiovisual y electrónica en su vida diaria y en contexto social.</p>
	<p>Presenta la campaña propagandística en su entorno social.</p>	<p>Plantea un mensaje en un medio audiovisual o electrónico para la campaña propagandística.</p>	<p>Produce un video para la campaña propagandística.</p> <p>Publica el video de su campaña en medios electrónicos.</p>	
<p>Situación de aprendizaje</p>				
<p>Campaña propagandística (inductivo-deductiva). Propaganda audiovisual y electrónica sobre una problemática concreta de su contexto social relativa a la educación para la democracia y educación para la conservación del medio.</p>				
<p>Nivel de desempeño esperado</p>				
<p>Los resultados de las actividades de aprendizaje superan el propósito planteado y la evidencia solicitada, y dan cuenta de un alto compromiso del estudiante, quien profundiza en los conceptos, procedimientos y actitudes que comprenden las competencias y propósitos de la Unidad de Competencia.</p>				
<p>Temas transversales</p>	<p>Educación para la democracia Educación para la preservación del medio</p>			



4. C.2. Secuencia didáctica

Producto integrador		Vídeo para la Campaña Propagandística	Instrumento para evaluar el producto integrador		Rúbrica	
Momento	Función	Actividades del estudiante	Estrategias didácticas	Recursos didácticos	Evaluación	
					Subproducto	Instrumento*
Apertura	Problematizar Recuperar conocimiento previo.	<p>Consensa con sus compañeros de grupo el encuadre presentado por el profesor para la tercera unidad temática.</p> <p>Actividad 1. Con base en un programa televisivo o medio electrónico elegido al azar, los estudiantes analizan y responden las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo defines la comunicación audiovisual y electrónica? 2. ¿Qué importancia e impacto tiene en tu vida cotidiana la comunicación audiovisual y electrónica? 3. ¿Cuántas formas integran la comunicación audiovisual y electrónica? 4. ¿Qué características tiene la comunicación audiovisual y electrónica? 5. ¿Cuál es el proceso de la comunicación audiovisual y electrónica? 6. ¿Qué propuesta tendrías para crear un mensaje en un medio audiovisual y electrónico? <p>Actividad 2. Redacta la importancia de la comunicación audiovisual y electrónica mediante una ficha de comentario.</p> <p>Presenta el producto al profesor para su evaluación y retroalimentación. Lo integra al portafolio de evidencias</p>	Escenario Preguntas orientadoras Reflexión crítica Lluvia de ideas	Lista de preguntas Programa de televisión o medio electrónico grabado. Hojas blancas.	Participación en plenaria. Cuestionario escrito por equipo Ficha de comentario por equipo	Registro de participación. (Diagnóstica, heteroevaluación) Lista de cotejo (Diagnóstica, heteroevaluación) Lista de cotejo (diagnóstica, heteroevaluación)



Desarrollo	Adquirir y organizar nueva información.	<p>Actividad 3. Investigan en equipos sobre los elementos y características de la comunicación audiovisual y electrónica. Se organizan en equipos de cinco o seis integrantes. Con base en su medio audiovisual que se les asigna al azar, lo graban (10 a 15 minutos), y analizan sus elementos y características. (Se sugiere analizar en televisión: un programa de revista, un noticiero, una telenovela, una miniserie extranjera. En medio electrónico se sugiere: una red social, uso de correo electrónico, buscadores de información, páginas web). Cada equipo expone su medio audiovisual o electrónico, explicando los elementos y las características presentes. Con base en cada exposición, los equipos realizan un cuadro comparativo. Presenta cada equipo su producto al profesor para su evaluación y retroalimentación. Integran su producto al portafolio de evidencias.</p>	<p>Investigación documental por equipos Trabajo colaborativo Reflexión crítica</p>	<p>Internet Computadora Cañón Hojas bond Plumones</p>	<p>Exposición por equipos Grabación del medio audiovisual o electrónico. Cuadro comparativo por equipos</p>	<p>Lista de cotejo (Formativa, coevaluación y heteroevaluación)</p>
	Procesar nueva información.	<p>Actividad 4. Análisis de un medio audiovisual o electrónico. Con el mismo equipo y medio audiovisual o electrónico que se ha trabajado se investiga: 1. La intención y situación comunicativa 2. Las funciones de la comunicación audiovisual y electrónica en su contexto social 3. Las fortalezas y debilidades del medio Relacionan la interdependencia entre la comunicación escrita, oral y audiovisual para una campaña propagandística Elaboran y exponen al grupo un esquema gráfico con los puntos anteriores. Presenta el producto al grupo y al profesor para su evaluación y retroalimentación. Integran sus productos al portafolio de evidencias</p>	<p>Investigación documental por equipo. Trabajo colaborativo Reflexión crítica</p>	<p>Un medio audiovisual o electrónico (ver las sugerencias de medio) Textos de consulta Internet Computadora Cañón Hojas bond Plumones</p>	<p>Exposición por equipos Esquema gráfico</p>	<p>Lista de cotejo (formativa, coevaluación y heteroevaluación)</p>



Cierre	Aplicar, transferir información.	<p>Actividad 5. Produce un vídeo Los mismos equipos que han trabajado crean un vídeo para la campaña propagandística que contribuya a la solución de una problemática de su entorno. Se anexan los productos anteriores de las unidades de competencias I y II. (Medio escrito y medio oral). Publica el vídeo de su campaña en medios electrónicos</p>	<p>Simulación /Ejercitación Trabajo colaborativo Reflexión crítica</p>	<p>Computadora Internet Cañón</p>	<p>Producción y Realización del Vídeo Presentación al grupo de la campaña propagandística completa</p>	<p>Rúbrica del producto integrador de las tres unidades temáticas (evaluación sumativa, heteroevaluación)</p>
	Tomar conciencia (metacognición).	<p>Socializa la campaña propagandística completa (medio escrito, oral y audiovisual). Comparte con sus compañeros de grupo sus productos integrador final y recibe retroalimentación de los mismos. Autoevalúa su trabajo contestando las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo fue mi participación general en todo el semestre? 2. ¿Qué puntos relevantes rescato de la importancia de cada tipo de comunicación? 3. ¿Cómo colaboré con mi campaña propagandística en mi contexto para la solución de una problemática social? 4. ¿Qué experiencias me deja mi trabajo en unidad de aprendizaje “introducción a la comunicación”? 	<p>Reflexión personal crítica Trabajo colaborativo</p>	<p>Internet Computadora Contexto escolar</p>	<p>Portafolio de evidencias</p>	<p>Bitácora COL (sumativa, autoevaluación)</p>

* Los instrumentos para evaluar los subproductos están en el apartado de Anexos.



4. C.3. Instrumentos para la evaluación de la unidad de competencia

Producto integrador de la unidad temática I	Medio audiovisual para la Campaña Propagandística (se sugiere VIDEO)				
Criterios y evidencias	Niveles de desarrollo de la competencia				
	<i>Excelente 10</i>	<i>Muy bien 9</i>	<i>Bien 8</i>	<i>Suficiente 7</i>	<i>Insuficiente 6</i>
Participa con opiniones propias en la redacción del mensaje para la solución de problemáticas de su comunidad	Tiene una participación activa, con propuestas y sugerencias aceptadas en la elaboración del video y fomenta la participación de los demás. Tiene una participación visual dentro del video.	Tiene una participación frecuente, con propuestas aceptadas en la elaboración del video	La participación es frecuente aunque las propuestas no siempre contribuyen de manera adecuada en la conformación del video.	La participación es deficiente y poco frecuente sin aportes a la redacción del mensaje del video.	No hay participación en la redacción del mensaje base para el mensaje contenido en el video. Su actitud es pasiva frente a la elaboración del trabajo.
Presenta información cívica ética en el contenido del video sobre la problemática social de su comunidad	Contiene información cívica y ética altamente relacionada con la problemática del entorno lo que contribuye a su reflexión. Tiene un alto impacto.	Contiene información cívica y ética relacionada con la problemática del entorno pero con un bajo impacto en su reflexión.	La información cívica y ética que está presente en el producto está relacionada con la problemática pero no tiene el impacto adecuado.	Es mínima la información cívica y ética que se detecta en el mensaje audiovisual plasmado en el video.	No contiene información cívica y ética relacionada con la problemática social del entorno y que contribuya a la reflexión.
Contiene imágenes de los fenómenos sociales de la problemática de su comunidad	Las imágenes que contiene el mensaje son las más adecuadas y contribuyen altamente a la reflexión sobre la problemática a trabajar. Tienen un buen impacto visual.	Las imágenes que contiene el mensaje son apropiadas y ayudan a la reflexión sobre la problemática a trabajar.	Las imágenes utilizadas no son contundentes pero invitan a la reflexión sobre la problemática.	Las imágenes no tienen el impacto adecuado hay poca relación entre la imagen y la problemática a trabajar y la reflexión que se desprende sobre la problemática social es mínima.	Las imágenes carecen de impacto, son de baja calidad y no invitan a una reflexión sobre la problemática. Existe una estructura deficiente.
Existe una estructura en la redacción del mensaje para la solución de problemáticas de su comunidad.	Utiliza de manera eficiente el lenguaje oral. El mensaje es claro y sencillo de fácil comprensión de acuerdo a	Utiliza bien el lenguaje oral, El mensaje es claro de acuerdo a las características de la	La redacción del mensaje es deficiente, ya que, aunque es	No utiliza una buena estructura en la elaboración de su mensaje.	Existe una mala redacción. No hay una buena administración de



	<p>las características de la comunidad a la cual se dirige. Ilustra fielmente los aspectos de la problemática social.</p>	<p>comunidad a la cual se dirige. Ilustra bien los aspectos de la problemática social El mensaje es adecuado en cuanto a extensión.</p>	<p>claro, carece de impacto, lo que dificulta la aceptación del mensaje.</p>	<p>La redacción es poco clara y deficiente. Ilustra los aspectos de la problemática social con ciertas limitaciones.</p>	<p>tiempos. Los aspectos de la problemática social están plasmados de manera deficiente y poco clara.</p>
<p>Emplea música, efectos, y de más recursos (dramatizaciones, entrevistas, testimonios) que capten la atención sobre el conflicto social e influyan sobre su solución</p>	<p>Existe un trabajo audiovisual impactante, atractivo e interesante. Hay un equilibrio en los recursos: Música, imágenes, e información. El trabajo es en todos sentidos un trabajo de calidad que contribuye altamente para que el mensaje sea aceptado. Hay recursos como dramatizaciones y entrevistas que alimentan el producto.</p>	<p>Utiliza el lenguaje audiovisual de manera adecuada. Hay un buen equilibrio entre los elementos. Capta la atención e interés del receptor.</p>	<p>El lenguaje que se utiliza es claro aunque con ciertas inconsistencias en el uso de los recursos, información, imágenes, y música. El impacto es menor.</p>	<p>Utiliza un lenguaje con deficiencias poco claro y con problemas de redacción en la información. La integración de la música, la información y las imágenes no es del todo adecuada. El mensaje carece de impacto lo que puede dificultar su comprensión.</p>	<p>Hay una estructura inadecuada lo que causa confusión e incompreensión del mensaje. NO hay integración visual entre la imagen, la música y la información. No hay equilibrio en los tiempos es demasiado corto o largo en su extensión.</p>



5. Evaluación de la unidad de aprendizaje

Producto integrador final. Campaña	Campaña Propagandística (cartel, tríptico o folleto, spot de audio y video)				
Criterios y evidencias	Niveles de desarrollo de la competencia				
	Excelente 10	Muy bien 9	Bien 8	Suficiente 7	Insuficiente 6
Presentación del cartel, tríptico o folleto, el spot de audio y el video.	Presentan los tres trabajos, con muy buena calidad en la estructura. De manera física los trabajos muestran las dimensiones adecuadas en cuanto al cartel, tríptico o folleto, y presentan en CD de manera digital el spot de audio y el video. Hay claridad en la campaña, y buen contenido en los productos.	Presentan los tres trabajos con calidad en la estructura. De manera física los trabajos muestran las dimensiones adecuadas (el cartel, tríptico o folleto). Presentan de manera electrónica el spot de audio y el video. Hay una estética equilibrada en la campaña.	La calidad en la presentación de los productos no es buena, sin embargo los presentan de manera adecuada en cuanto a dimensiones y soportes.	Existe baja calidad en uno de los tres trabajos o en los tres. El contenido es deficiente. El producto escrito no muestra las dimensiones adecuadas.	La presentación no es la apropiada en cuanto a la dimensión física del producto escrito. Los productos son de una calidad deficiente. El video y spot de audio tienen problemas técnicos. No presentan alguno de los tres productos.
Se visualiza una estructura en la integración de los tres productos y su enfoque en la solución de una problemática de su entorno.	Existe una excelente estructura en la integración de los tres productos Se maneja un solo tema y cada uno de los medios contribuye de manera distinta en la solución de la misma problemática. Los recursos son bien utilizados y la información es apropiada. Existe un slogan que presenta la campaña.	Hay una correcta integración de los tres productos. Se maneja un solo tema y cada uno de los medios contribuye de manera distinta en la solución de la misma problemática. Existe un slogan que presenta la campaña.	Existe debilidad en la integración de los productos de cada unidad, sin embargo está presente la reflexión en la búsqueda de una solución a la problemática de su entorno.	La información en cada uno de los productos tiene una relación débil con los otros dos. Falta claridad en los contenidos y una buena propuesta en cuanto a la reflexión y o solución de las problemáticas a tratar.	La información en cada uno de los productos es deficiente. No existe una integración adecuada de los productos. No invitan a la reflexión de la problemática del entorno.
La metacognición está presente en la presentación de la campaña y en la reflexión sobre las posibles soluciones de alguna	La presentación de la campaña la realizan de una manera creativa, reflexiva y propositiva integrando los tres productos de	Se presenta la campaña de una manera creativa, integrando los tres	Falta impacto en la presentación de la campaña, la creatividad no fue la	El impacto en la presentación de la campaña es mínimo. Falta creatividad para	No hay creatividad para la presentación de la campaña. Se puede observar



<p>problemática de su contexto.</p>	<p>forma correcta. Utilizan recursos audiovisuales dentro del aula para la presentación de la campaña. Existe reflexión sobre los aportes de la campaña y su contribución en la solución de la problemática. Hay análisis sobre lo aprendido en el curso y la puesta en practica de los conocimientos en la vida cotidiana, así como apreciaciones personales hacia los productos realizados.</p>	<p>productos de forma correcta. Utilizan recursos audiovisuales dentro del aula para la presentación de la campaña. Existe reflexión sobre los aportes de la campaña y su contribución en la solución de la problemática. Hay análisis sobre lo aprendido en el curso y su puesta en práctica.</p>	<p>suficiente y no logran mostrar bien la integración de los productos. Manejan recursos audiovisuales pero no los explotan al máximo. La reflexión sobre los aportes de la campaña a la sociedad la realizan de manera superficial. Hay análisis sobre lo aprendido en el curso y su puesta en práctica.</p>	<p>la presentación de la campaña. Manejan recursos audiovisuales pero no los explotan al máximo. La reflexión sobre los aportes de la campaña a la sociedad es mínima. Falta una reflexión sobre lo aprendido en el curso y la manera en que se pueden utilizar los conocimientos en la vida cotidiana.</p>	<p>que no existe una integración clara en cuanto a los contenidos de los tres productos. Los recursos audiovisuales para la presentación no se utilizan de manera adecuada. La reflexión en cuanto a los aportes de la campaña son mínimas.</p>
-------------------------------------	---	--	---	---	---



6. Referencias

1. BETTETINI, G., COLOMBO, F.(1995). *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona, España. Ediciones Paidós.
2. FIGUEROA, R.(1997). *¡Qué onda con la radio!*. México. Ed. Alhambra Mexicana.
3. FONSECA YERENA, M.S. (2005). *Comunicación Oral, Fundamentos y práctica estratégica*. México. 2ª Edic. Pearson Educación.
4. FOURNIER MARCOS, C.(2002). *Comunicación verbal*. México, 2ª. Edición. Thomson Corporation.
5. GONZÁLEZ ALONSO, C.(1989). *Principios básicos de la Comunicación*. México. 2ª Edic. Edit. Trillas.
6. GONZÁLEZ TREVIÑO, J. E (1994). *Televisión y Comunicación. Un Enfoque Teórico-Práctico*. México. Editorial Alhambra Mexicana, S.A. de C.V.,



7. Anexos

Registro de participación: (Nombre del alumno)							
No. de participación	Aportación de ideas claras relacionadas al tema		Presentación de ejemplos		Aplicación de lo aprendido a casos cotidianos		Participación general
	si	no	si	no	si	no	
1.							
2.							

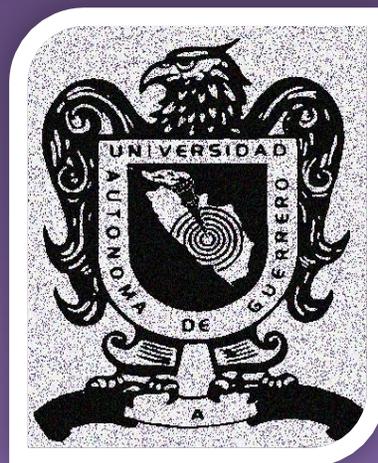
Actividad	1	Punto:	5	Instrumento	Lista de cotejo para el cuestionario y ficha de comentario				
Indicadores					E (5)	MB (4)	B (3)	R (2)	D (1)
El trabajo es completo									
El trabajo expresa opiniones personales									
La ficha expresa comentarios sustentados									
La ficha expone de manera completa el tema									
Presenta limpieza en el trabajo									
El Trabajo no contiene faltas de ortografía									
La tarea fue concluida y entregada en tiempo señalado									
Puntaje total									

Actividad	4	Puntos:	5	Instrumento	Lista de cotejo para la exposición del organizador gráfico				
Indicadores					E (5)	MB (4)	B (3)	R (2)	D (1)
El organizador gráfico es entendible visualmente									
El organizador gráfico establece las relaciones entre los elementos									
El organizador gráfico no contiene faltas de ortografía									
La exposición es clara en sus conceptos									
El equipo es organizado en su presentación									
La exposición aporta información extra al contenido									
La tarea fue concluida y entregada en tiempo señalado									
Puntaje total									



8. Elaboración del programa

Coordinación General C.G.R.U.:	Raúl Javier Carmona, Flavio Manrique Godoy, Confesor Díaz Terrones.
Coordinación de la elaboración de los programas de estudio del Plan 2010:	Flavio Manrique Godoy, Samuel Hernández Calzada, Edilberto Meza Fitz.
Coordinación de la elaboración del programa de estudio:	Katia Aleyda Manrique Maldonado. Unidad Académica de Comunicación y Mercadotecnia. Hilda Álvarez Nava. Unidad Académica Preparatoria No. 33.
Autores del programa:	Katia Aleyda Manrique Maldonado. Unidad Académica de Comunicación y Mercadotecnia. Hilda Álvarez Nava. Unidad Académica Preparatoria No. 33. José Luis Mejía Martínez. Unidad Académica Preparatoria No. 33
Colaboración:	Elvia Garduño Teliz. Unidad Académica Preparatoria No. 32
Estilo de diseño:	Hugo Enrique Mateos Serrano cgru
Dirección sitio web:	http://cgru.uagro.mx/
Correo electrónico, Telefono:	cgru_uagro14@hotmail.com 01 747 (47 1 51 84)
Dirección particular	Av. Sor Juana Inés de la Cruz numero 22



DIRECTORIO

Dr. Alberto Salgado Rodríguez
RECTOR

MC. José Uriel Reyes Hernández
SECRETARIO GENERAL

Dr. Demóstenes Lozano Valdovinos
DIRECTOR GENERAL DE INTEGRACION DE LAS FUNCIONES SUSTANTIVAS

MC. José Luis Aparicio López
DIRECTOR DE DOCENCIA

Dr. Gil Arturo Ferrer Vicario
JEFE DEL ÁREA DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR

MC. Raúl Javier Carmona
COORDINADOR DE LA COMISIÓN GENERAL DE REFORMA UNIVERSITARIA

M. en A. Flavio Manrique Godoy
SECRETARIO TÉCNICO DE LA COMISIÓN GENERAL DE REFORMA UNIVERSITARIA