

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE
DIVISIÓN DE
DEPARTAMENTO DE
CARRERA DE LIC. EN PERIODISMO



PROGRAMA DE ESTUDIO POR COMPETENCIAS

Construcción de la agenda informativa



Universidad Guadalajara
Centro Universitario de

2. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Centro Universitario:

Centro Universitario de

Departamento:

Academia:

Nombre de la unidad de aprendizaje:

Construcción de la agenda informativa

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de horas:	Valor en créditos:
_____	34	17	51	6

Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Carrera	Prerrequisitos :
<input type="checkbox"/> C = curso <input type="checkbox"/> CL = curso laboratorio <input type="checkbox"/> L = laboratorio <input type="checkbox"/> P = práctica <input type="checkbox"/> T = taller <input type="checkbox"/> CT = curso – taller <input type="checkbox"/> N = clínica <input type="checkbox"/> M = módulo <input type="checkbox"/> S = seminario	<input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Técnico Superior <input type="checkbox"/> Licenciatura <input type="checkbox"/> Especialidad <input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/> Doctorado	<input type="checkbox"/> <u>Periodismo</u> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	

Área de formación:

Elaborado por:

Revisado por:

Fecha de elaboración:

Noviembre de 2011

Fecha de última actualización:

2. PRESENTACIÓN

Los medios informativos y los periodistas necesitan construir la agenda de los asuntos que consideran son de interés para la opinión pública a fin de organizar la cobertura, procesamiento y edición de las piezas informativas. Diseñar su agenda informativa es plasmar desde ahí, en los temas y personajes seleccionados, su propia visión de los procesos políticos, sociales, culturales y económicos; es decir, su política o línea editorial.

En un contexto de transformaciones constantes en el campo del periodismo, resulta fundamental formar profesionistas críticos y analíticos, capaces de planificar, diseñar, organizar, supervisar, aplicar, modificar y renovar la agenda informativa individual, de una sección o de un medio informativo, con una visión periodística socialmente comprometida.

3. UNIDAD DE COMPETENCIA

Planifica, diseña, organiza, aplica, supervisa y renueva la agenda informativa de una empresa o institución periodística.

4. ATRIBUTOS O SABERES

<i>Saberes</i>	Contenidos
<i>Teóricos</i>	La Agenda Setting, factores de interés periodístico, sociología de la producción de mensajes, estrategias informativas y fuentes de información.
<i>Prácticos</i>	Planificar las tareas informativas a corto, mediano y largo plazo, base en un conjunto de temas y asuntos previstos, en distintos escenarios informativos.
<i>Formativos</i>	Plasmar en la agenda informativa la veracidad periodística, la pluralidad, la independencia editorial, el derecho a la información, valores democráticos, la defensa de la naturaleza y el compromiso de la responsabilidad social, entre otros.
<i>Metodológicos</i>	Aprender a planificar una agenda informativa.

1. CONTENIDO TEÓRICO PRÁCTICO

Contenido teórico práctico	
Temas	Subtemas
La Agenda Informativas Mediática.	<ol style="list-style-type: none">1. Análisis de las distintas agendas informativas mediáticas.2. Elementos de la agenda informativa.3. Definición de la agenda informativa de los medios4. La Agenda Setting y la opinión pública.5. La agenda invisible para los medios.6. La web y la agenda informativa.

Contenido teórico práctico	
El proceso de la producción noticiosa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las 5 fases de la producción informativa mediática. 2. La planificación informativa y su relevancia. 3. Criterios editoriales de la producción noticiosa. 4. El sistema político y las fuentes informativas. 5. Las fuentes periodísticas y la agenda. 6. Factores que inciden en la producción noticiosa.
Planificación de la agenda informativa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipos de información periodística. 2. Organización del trabajo de los reporteros. 3. Perfil del jefe de información o editor. 4. Escenarios del quehacer periodístico. 5. Experiencias en el diseño de agendas informativas.
Las estrategias informativas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definición de las estrategias informativas. 2. Análisis de las estrategias informativas que se aplican en los medios. 3. Diseño de agendas con base en las estrategias informativas.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

7.Evidencias de aprendizaje	8.Criterios de desempeño profesional	9.Campo de aplicación

10. CALIFICACIÓN

Unidad de competencia

11. ACREDITACIÓN

--

12. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

De Dios Corona, Sergio René. (1998). Rastreado las noticias. Universidad del Valle de Atemajac.

De León Vázquez, Salvador. (2003). La Construcción del Acontecer. Análisis de las Prácticas Periodísticas. Universidad Autónoma de Tamaulipas. CONEICC. Universidad de Guadalajara.

Hernández Ramírez, María Elena. (1992). ¿Qué son las noticias? Comunicación y Sociedad 14-15: 235-250. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara.

Hernández Ramírez, María Elena. (1995) La producción noticiosa. Universidad de Guadalajara. México.

López, Manuel. Cómo se fabrican las noticias. (1995). Fuentes, selección y planificación. Paidós Papeles de Comunicación.

McCombs, M. (1996). "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo". En Bryant, J. y Zillman, D. (1996), (1994) Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías, Paidós, Barcelona, p. 13-34.

Michel, Guillermo. Para leer los medios. Prensa, radio, cine y televisión. (2000). Editorial Trillas. México.

Núñez Bustillos, Juan Carlos; De Dios Corona, Sergio René. (2005). Ser Noticia. Prensa y Sociedad Civil. Instituto Mexicano de Desarrollo Comunitario, Consejo de Educación de Adultos de América Latina, Taller Editorial La Casa de Mago. México.

Pavlik, John V. (2005). El periodismo y los nuevos medios de comunicación. Editorial Paidós. Barcelona.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Berger, P. y Luckmann, T. (1978) La construcción social de la realidad. Buenos Aires, Amorrortu.

Gomis, Lorenzo (1991). Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente. España: Ed. Paidós

Grijelmo, Álex. (2001). El Estilo del Periodista. Editorial Taurus.

Post, Washington. (1978). De la Prensa, por la Prensa, para la Prensa (y algo más). Un estudio crítico del funcionamiento interno de la profesión de las noticias. Desde las páginas informativas, los editoriales, las columnas y los memoranda internos al personal del Washington Post. Editorial Gernika.

Krippendorff, Klaus. (1990). Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica. Editorial Paidós. Barcelona.

Lucas Marín, Antonio, y otros. (1999). Sociología de la Comunicación. Editorial Trotta. Madrid.

Mc Bride, Sean, y otros. (1987). Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e Información en nuestro tiempo. Fondo de Cultura Económica. México.

Taufic, Camilo. Periodismo y lucha de clases. La información como forma de poder político. (1989). Editorial Nueva Imagen. México.

13. VINCULACIÓN CON OTRAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

--

