

**1. DATOS GENERALES DEL CURSO**

<b>Nombre del curso</b>	Optativa II				
<b>Programa al que pertenece</b>	Licenciatura en Mercadotecnia Digital				
<b>Área de formación</b>	Optativa Abierta				
<b>Clave de la materia</b>	IH705		<b>Créditos</b>	6	
<b>Horas totales del curso</b>	60	<b>Horas Teoría</b>	30	<b>Horas Práctica</b>	30
<b>Fecha de diseño del curso</b>	21/05/2021		<b>Fecha de actualización del curso</b>	21/05/2021	

**2. COMPETENCIA**

El estudiante produce material digital multimedia (imágenes, audio y video) para la conformación de una ruta de comunicación multimedia y la implementación de una estrategia transmedia, con base en los estándares de distribución de canales digitales, con innovación y creatividad.

**3. PRODUCTO INTEGRADOR**

<b>Descripción</b>	Ruta de comunicación multimedia (de un conjunto de materiales digitales producidos) para implementarse en una estrategia de narrativa transmedia, para una marca u organización específica.
--------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**4. RECORTE DE CONTENIDO**

	<b>Tema 1</b>	<b>Tema 2</b>	<b>Tema 3</b>	<b>Tema 4</b>	<b>Tema 5</b>	<b>Tema 6</b>
<b>Título</b>	Conocer la marca para comunicar.	Storytelling de marca.	Elaboración de materiales gráficos digitales.	Sonorización de narrativas.	Generación de audiovisuales.	Ruta de comunicación multimedia.



<b>Objetivo</b>	Analizar tipos de contenidos digitales acordes a la identidad de marca u organizaciones, de manera sustentada.	Construir el storytelling de marca con base en la identidad del producto y la creación de vínculos con el consumidor.	Desarrollar materiales gráficos para su distribución en diversos formatos con base en el storytelling de marca.	Crear audio digital relacionado con el storytelling de marca u organización.	Producir audiovisual con base en el storytelling de una marca u organización.	Diseñar la ruta de comunicación multimedia.
<b>Contenido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad corporativa</li> <li>• Imagen gráfica</li> <li>• Comunicación de la marca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El usuario 3.0</li> <li>• El contexto de la narrativa</li> <li>• El Storytelling de marca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formatos de imágenes</li> <li>• Dimensiones de imágenes para su distribución en medios digitales</li> <li>• Bancos de imágenes</li> <li>• Edición de materiales gráficos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formatos de audio</li> <li>• Grabación y locución</li> <li>• Mezcla, limpieza y ecualización de audio digital</li> <li>• Librerías de sonidos (pistas y sonidos foley)</li> <li>• Distribución de audio en medios digitales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formatos para video</li> <li>• La imagen fija</li> <li>• Encuadres y movimientos de cámara</li> <li>• Guion técnico y StoryBoard.</li> <li>• Publicación de video para medios digitales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruta de comunicación de los medios digitales</li> <li>• Plan de interacción con el prosumidor</li> </ul>



### 5. PRERREQUISITOS

<b>Obligatorios</b>	Ninguno
<b>Recomendados</b>	Comportamiento del Consumidor, Herramientas Digitales, Mix de Comunicación Digital, Medios BTL

### 6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado de cualquier carrera de tecnología aplicada, diseño gráfico, comunicación gráfica, mercadotecnia, publicidad o afín, que cuente con conocimientos sobre el uso de aplicaciones para creación y edición de audio, imagen y vídeo desde una perspectiva de narrativas transmedia.