

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA DEL PLAN DE ESTUDIOS

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

Unidad Académica:	Facultad de Estudios Superiores Aragón
Plan de Estudios:	Licenciatura en Comunicación y Periodismo
Área de Conocimiento:	Ciencias Sociales

Fecha de Aprobación por el Consejo Académico del Área de las Ciencias Sociales: 13 de Junio de 2007.

Perfil Profesional:

El Licenciado en Comunicación y Periodismo es el profesional que analiza y evalúa el fenómeno de la comunicación; conoce las formas adecuadas que deben tener los mensajes y determina a través de qué medios conviene difundirlos, para que cubran mejor las necesidades de información de la sociedad. Asimismo, explica los problemas de la comunicación, el desarrollo del individuo y de la sociedad. Además, explica los problemas de la comunicación, el desarrollo del individuo y de la sociedad. Con el dominio de las relaciones existentes entre los procesos de la comunicación y otras disciplinas del área social, este profesional resuelve de manera adecuada las necesidades que la realidad nacional exige.

Requisitos de Ingreso:

Para Ingresar a esta licenciatura el antecedente académico indispensable es el bachillerato con promedio mínimo de 7 (siete) y cumplir con los estipulados en los artículos 2 y 4 del Reglamento General de Inscripciones de la UNAM, así como de las disposiciones adicionales que establezca el Consejo Técnico de esta Facultad:

Los artículos 2 y 4 del Reglamento General de Inscripciones establecen:

Artículo 2°.- Para poder ingresar a la universidad es indispensable:

- a) Solicitar la inscripción de acuerdo con los instructivos que se establezcan
- b) Haber obtenido en el ciclo de estudios inmediato anterior un promedio mínimo de siete o su equivalente;
- c) Ser aceptado mediante concurso de selección, que comprenderá de una prueba escrita y que deberá realizarse dentro de los periodos que al efecto se señalen”.

Artículo 4°.- Para ingresar al nivel de licenciatura el antecedente académico indispensable es el bachillerato, cumpliendo con lo prescrito en el artículo 8° de este reglamento [...]

Valor en créditos del plan de estudios:

Total:	319
Obligatorios:	311
Optativos:	008

Seriación: Indicativa

Organización del plan de estudios:

El plan de estudios de la licenciatura en Comunicación y Periodismo está organizado en ocho semestres, agrupa 57 asignaturas en nueve áreas de conocimiento: Teórica, Técnica; Periodística; Metodológica; Administrativa; Preespecialización en: Trabajo Periodístico Escrito, en Producción Radiofónica, en Producción Televisiva y Formación Complementaria. De las 57 asignaturas, el alumno deberá acreditar 40 obligatorias, 3 obligatorias de elección (Seminario-talleres en una de las tres áreas de preespecialización) y 2 optativas (del área de Formación Complementaria).

La licenciatura en Comunicación y Periodismo está constituida por asignaturas estructuradas en tres etapas, que sirven de base para la formación teórica, metodológica, técnica y cultural del licenciado en Comunicación y Periodismo.

Requisitos para la titulación:

Tomando en consideración los artículos 21 y 22 del Reglamento de Estudios Técnicos y Profesionales de la UNAM, los requisitos para obtener el título de licenciado en Comunicación y periodismo son:

- ❖ Haber cursado el total de las asignaturas y haber aprobado el total de créditos del plan de estudios de acuerdo con su estructura
- ❖ Cumplir con el Servicio Social obligatorio. De acuerdo con lo dispuesto por la Ley Reglamentaria de los artículos 4° y 5° constitucionales, para obtener el título profesional el candidato deberá cumplir con el Servicio Social, ajustándose a lo dispuesto en la ley mencionada y al reglamento que sobre la materia, apruebe el H. Consejo Técnico de la Facultad.
- ❖ Haber presentado la comprensión de dos idiomas extranjeros, uno de ellos obligatoriamente debe ser el inglés y el otro optativo. Los idiomas podrán ser acreditado en el Centro de Lenguas de la FES Aragón o bien en otro centro de idiomas de la UNAM. Los egresados que hayan obtenido el 100% de créditos en el anterior plan de estudios denominado Periodismo y Comunicación Colectiva quedan exentos de acreditar el idioma inglés como obligatorio; son embargo, si deberán presentar dos constancias de idiomas.

- ❖ Elaborar un trabajo escrito de investigación fundamentado teórica y metodológicamente, complementando, si es el caso, con material literario, auditivo y/o visual. Este trabajo deberá estar vinculado directamente con alguna de las opciones de titulación que presenta la licenciatura.
- ❖ Presentar una prueba oral sobre el trabajo escrito de la opción de titulación correspondiente.

Todas las generaciones podrán optar por alguna de las diversas opciones y modalidades de titulación, incluyendo aquellas que egresaron con los planes de estudio anteriores

La Licenciatura en Comunicación y Periodismo contempla cinco opciones de titulación, así como las diferentes modalidades de cada una de éstas, para que el egresado obtenga su título profesional, que a saber son:

1. Tesis
2. Curso-Talleres para la Titulación
3. Informe de Desempeño Profesional
4. Trabajo Periodístico y Comunicacional
5. Actividad de Apoyo a la Docencia

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

PRIMER SEMESTRE

***CL. CR. NOMBRE DE LA ASIGNATURA**

- 0080 08 Ciencia Política
- 1102 07 Redacción
- 1117 08 Epistemología de la Ciencia de la Comunicación
- 1118 08 Introducción a la Economía
- 1119 08 Sociedad y Política del México Actual I
- 1120 07 Técnicas de Investigación Documental y de Campo

SEGUNDO SEMESTRE

- 1201 08 Problemas Económicos Contemporáneos
- 1202 08 Sociología de la Comunicación
- 1214 07 Métodos de Investigación en Comunicación I
- 1215 07 Nota Informativa y Crónica Noticiosa
- 1216 08 Sociedad y Política del México Actual II
- 1327 08 Teoría y Medios de Comunicación I

TERCER SEMESTRE

- 1334 08 Desarrollo de los Medios de Comunicación en México
- 1335 07 Entrevista

- 1336 07 Estadística Aplicada a la Computación
- 1337 05 Laboratorio de Fotografía
- 1138 07 Métodos de Investigación en Comunicación II
- 1427 08 Teoría y Medios de Comunicación II

CUARTO SEMESTRE

- 1418 05 Computación Aplicada a los Medios Audiovisuales
- 1419 07 Comunicación Gráfica
- 1420 07 Métodos de Investigación en Comunicación III
- 1433 08 Régimen Legal de los Medios de Comunicación en México
- 1434 07 Reportaje
- 1527 08 Teoría y Medios de Comunicación III

QUINTO SEMESTRE

- 1526 08 Psicología de la Comunicación
- 1533 05 Computación Aplicada a los Medios Impresos y Electrónicos
- 1534 06 Edición de Diarios y Revistas
- 1535 07 Géneros de Opinión
- 1536 07 Guionismo en Radio y Televisión
- 1537 07 Opinión Pública

SEXTO SEMESTRE

- 1610 06 Edición de Libros
- 1616 07 Estilos Periodísticos y Literarios
- 1617 08 Propaganda
- 1629 08 Administración de Empresas de Medios de Comunicación
 - 07 Obligatoria de Elección
 - 04 Optativa

SÉPTIMO SEMESTRE

- 1705 08 Comunicación Social y Relaciones Públicas
- 1706 06 Publicidad
- 1707 08 Seminario de Investigación en Apoyo a la Titulación I
- 1827 08 Seminario de comunicación y Literatura Contemporánea
 - 07 Obligatoria de Elección

OCTAVO SEMESTRE

- 1805 08 Seminario de Investigación en Apoyo a la Titulación II
- 1826 08 Apreciación Cinematográfica
 - 06 Obligatoria de Elección
 - 04 Optativa

OBLIGATORIAS DE ELECCIÓN SEXTO SEMESTRE

- 1618 07 Seminario-taller de Prensa I
- 1619 07 Seminario-taller de Radio I
- 1620 07 Seminario-taller de Televisión I

SÉPTIMO SEMESTRE

- 1733 07 Seminario-taller de Prensa II
- 1734 07 Seminario-taller de Radio II
- 1735 07 Seminario-taller de Televisión II

OCTAVO SEMESTRE

- 1831 06 Seminario-taller de Prensa III
- 1832 06 Seminario-taller de Radio III
- 1833 06 Seminario-taller de Televisión III

ASIGNATURAS OPTATIVAS

- 1004 04 Actualización Periodística
- 1005 04 Comunicación Organizacional
- 1040 04 Ciberperiodismo
- 1041 04 Fotografía Publicitaria y Artística
- 1042 04 Fotoperiodismo
- 1043 04 Mercadotecnia
- 1044 04 Mercadotecnia Política
- 1045 04 Relaciones Humanas para el Desarrollo Profesional del Comunicador Social

* **CL.= CLAVE**
CR.= CREDITO

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA DE LAS ASIGNATURAS

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

0080 08 CIENCIA POLÍTICA

Analizar la interpretación de la ciencia política a través de los principales pensadores políticos e identificar los diferentes métodos de la ciencia política.

1102 07 REDACCIÓN

Emplear los elementos gramaticales, sintácticos, ortográficos y discursivos básicos de la redacción.

1117 08 EPISTEMOLOGÍA DE LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN

Comprender el objetivo mismo de las ciencias sociales y la comunicación a partir de su posición gnoseológica, formulación teórica y su campo epistemológico; su perspectiva histórica y sus problemas filosóficos, con objeto de que el alumno estudie fenómenos concretos de la comunicación.

1118 08 INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

Proporcionar al alumno las herramientas teóricas que le permitan comprender la relación entre la economía y la comunicación en nuestra sociedad.

1119 08 SOCIEDAD Y POLÍTICA DEL MÉXICO ACTUAL I

Analizar la formación y estructura del poder político en México, desde fines del siglo XIX hasta la década de los sesenta del siglo XX.

1120 07 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL Y DE CAMPO

Diseñar un proyecto de estudio, a partir del cual se apliquen las técnicas de investigación documental y de campo, con el objetivo de informar los resultados de lo investigado.

1201 08 PROBLEMAS ECONÓMICOS CONTEMPORÁNEOS

Conocer e interpretar los efectos de la globalización en México.

1202 08 SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Comprender la relación existente entre la comunicación y la sociología.

1214 07 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN I

Aplicar los métodos del análisis del contenido en los mensajes difundidos por los medios masivos de comunicación.

1215 07 NOTA INFORMATIVA Y CRÓNICA NOTICIOSA

Proporcionar al alumno una visión clara de los rasgos característicos de la nota informativa y la crónica noticiosa, así como de su importancia en el trabajo periodístico. Enseñar al estudiante metodologías y técnicas adecuadas para crear nota informativa y crónica noticiosa tanto en medios de comunicación impresos como electrónicos. Explicar al alumno las funciones sociales del periodismo e

identificar los principales rasgos que debe reunir el reportero, con el propósito de aproximar al futuro profesional al conocimiento de la carrera.

1216 08 SOCIEDAD Y POLÍTICA DEL MÉXICO ACTUAL II

Analizar las transformaciones que ha tenido el sistema político mexicano después del movimiento estudiantil de 1968 hasta la fecha.

1327 08 TEORÍA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN I

Reflexionar con bases científicas acerca del paradigma de la comunicación desde las perspectivas teóricas sobre la materia.

1334 08 DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO

Analizar el desarrollo histórico-social de los medios de comunicación en México.

1335 07 ENTREVISTA

Redactar entrevistas para los diferentes medios de comunicación mediante el empleo de las técnicas correspondientes.

1336 07 ESTADÍSTICA APLICADA A LA COMUNICACIÓN

Capacitar al alumno en el uso y aplicación de herramientas técnico-metodológicas de la estadística que le permitan plantear problemas concretos de comunicación.

1337 05 LABORATORIO DE FOTOGRAFÍA

Manejar las principales técnicas fotográficas y su correcta aplicación.

1138 07 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN II

Conocer y aplicar los métodos lingüístico-estructurales y semióticos a los discursos de los medios de comunicación.

1427 08 TEORÍA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN II

Analizar el papel de la tecnología y los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas.

1418 05 COMPUTACIÓN APLICADA A LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Aprender los principios básicos de la edición de audio y video por computadora, así como las herramientas y programas necesarios aplicables en la realización de proyectos multimedia.

1419 07 COMUNICACIÓN GRÁFICA

Conocer y aplicar los códigos básicos de la comunicación gráfica.

1420 07 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN III

Conocer y aplicar las técnicas y métodos de interpretación, clásicos y actuales, a los medios de comunicación y al arte.

1433 08 RÉGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO

Analizar el marco legal de los medios de comunicación y su trascendencia en la sociedad mexicana.

1434 07 REPORTAJE

Dominar los elementos metodológicos y las técnicas de redacción del reportaje en medios escritos y audiovisuales.

1527 08 TEORÍA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN III

Comprender el valor del arte como proceso comunicativo y la responsabilidad del periodista en el proceso de reconocimiento, crítica y validación del arte.

1526 08 PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Analizar los aspectos psicológicos de los fenómenos relacionados con la comunicación.

1533 05 COMPUTACIÓN APLICADA A LOS MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS

Conocer y aplicar las herramientas computacionales propias del diseño editorial,, así como aquellas que permiten la creación, edición y mejoramiento de la imagen, sea digital o de línea; y la creación de publicaciones electrónicas.

1534 06 EDICIÓN DE DIARIOS Y REVISTAS

Conocer y aplicar el proceso editorial en la elaboración de diarios y revistas.

1535 07 GÉNEROS DE OPINIÓN

Aplicar las cualidades de estilo y lenguaje periodístico en la redacción de los géneros opinativos para los diferentes medios de comunicación

1536 07 GUIONISMO EN RADIO Y TELEVISIÓN

Identificar y diferenciar la estructura de guiones de radio y televisión, y aplicar las técnicas para su elaboración.

1537 07 OPINIÓN PÚBLICA

Analizar los antecedentes, características y etapas de formación de la opinión pública, así como el papel que juegan los agentes de influencia y los medios de difusión en su desarrollo.

1610 06 EDICIÓN DE LIBROS

Conocer de manera integral el proceso de edición de libros.

1616 07 ESTILOS PERIODÍSTICOS Y LITERARIOS

Conocer las diferencias y similitudes del estilo periodístico y el literario.

1617 08 PROPAGANDA

Reconocer y analizar a través de un marco teórico-práctico los fundamentos de la propaganda, así como su función e influencia en los diversos ámbitos de la sociedad.

1629 08 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Comprender los principios fundamentales de la administración, las diferentes estructurales y funcionales de los diversos tipos de organización empresarial para aplicar los conocimientos teóricos-prácticos a casos concretos de medios de comunicación.

1705 08 COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS

Analizar el surgimiento, desarrollo e importancia de las oficinas de prensa y de relaciones públicas para distinguir los diferentes tipos que existen actualmente y aplicar las estrategias de información de los medios de comunicación a casos concretos de direcciones de comunicación social y relaciones públicas.

1706 06 PUBLICIDAD

Identificar y aplicar los fundamentos teóricos y prácticos de la publicidad, así como su función e influencia en los diversos ámbitos de la sociedad.

1707 08 SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN APOYO A LA TITULACIÓN I

Elaborar el proyecto o diseño de la investigación de acuerdo con el problema elegido para realizar la tesis profesional.

1827 08 SEMINARIO DE COMUNICACIÓN Y LITERATURA CONTEMPORÁNEA

Estudiar la literatura contemporánea a través de su proceso comunicativo, su teoría y algunos elementos significativos que la componen.

1805 08 SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN APOYO A LA TITULACIÓN II

Desarrollar el trabajo de titulación en su primera versión.

1826 08 APRECIACIÓN CINEMATOGRAFICA

Dotar al alumno de los métodos y técnicas que le permitan conocer, analizar e investigar la teoría de la imagen y el discurso cinematográfico.

OBLIGATORIAS DE ELECCIÓN

1618 07 SEMINARIO-TALLER DE PRENSA I

Conocer cuál es la relación entre la prensa y la ética periodística, así como las técnicas de investigación del periodismo impreso.

1619 07 SEMINARIO-TALLER DE RADIO I

Examinar y aplicar los conocimientos teórico-prácticos utilizados en el proceso de producción radiofónica, teniendo como base el cumplimiento de la función de la radio.

1620 07 SEMINARIO-TALLER DE TELEVISIÓN I

Conocer los métodos, técnicas y recursos que se requieren para producir programas por televisión.

1733 07 SEMINARIO-TALLER DE PRENSA II

Instruir al alumno en el adecuado uso de la lengua, para que sea capaz de reconocer y emplear un buen estilo de escritura periodística.

1734 07 SEMINARIO-TALLER DE RADIO II

Definir y analizar las características de la radio como medio de información del acontecer social.

1735 07 SEMINARIO-TALLER DE TELEVISIÓN II

Conocer los métodos y su aplicación a través de las técnicas y recursos que requieren para producir programas informativos para la televisión.

1831 06 SEMINARIO-TALLER DE PRENSA III

Practicar la elaboración de textos periodísticos bajo la exigencia de una práctica análoga a la profesional.

1832 06 SEMINARIO-TALLER DE RADIO III

Aplicar la riqueza expresiva de la radio en la producción de programas literarios, educativos, comerciales, propagandísticos, de entretenimiento y publicitarios.

1833 06 SEMINARIO-TALLER DE TELEVISIÓN III

Enfrentar al alumno a la producción de socio dramas televisivos y en aquellos en donde se ejercite la narrativa visual.

ASIGNATURAS OPTATIVAS

1004 04 ACTUALIZACIÓN PERIODÍSTICA

Elaborar una agenda informativa donde el alumno incluya datos sobre las instituciones, empresas y personalidades de los distintos ámbitos de interés periodístico.

1005 04 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Analizar los conceptos, modelos operativos, tecnologías, visiones del futuro, estrategias, técnicas de la comunicación y cultura organizacional, articulándolos con los medios masivos de difusión, que permitan al profesional de la comunicación desarrollar perspectivas laborales distintas dentro de una organización (director, asesor, investigador, consejero y analista especializado), haciendo uso de la planeación, elaboración de diagnósticos y la producción de estrategias informativas y de difusión.

1040 04 CIBERPERIODISMO

Conocer, aplicar y desarrollar el lenguaje ciber periodístico, así como proveer al estudiante de las herramientas teórico-técnicas para que explote las capacidades de Internet desde la perspectiva de su especialidad profesional.

1041 04 FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA Y ARTÍSTICA

Conocer el manejo de los recursos técnicos y cognoscitivos para la creación de fotografías de carácter publicitario y artístico.

1042 04 FOTOPERIODISMO

Aplicar las técnicas fotográficas en la elaboración de imágenes periodísticas.

1043 04 MERCADOTECNIA

Conocer las principales y fundamentos de la mercadotecnia, así como su vinculación con las áreas de la comunicación y el periodismo. Además, proveer al estudiante de las herramientas teórico-técnicas que le permitan visualizar a la mercadotecnia como una opción viable y real de desarrollo profesional.

1044 04 MERCADOTECNIA POLÍTICA

Identificar los elementos teóricos y prácticos de la mercadotecnia política para aplicar sus herramientas en la planeación, creación y difusión de productos políticos: partido, candidato y plataforma política.

1045 04 RELACIONES HUMANAS PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL

Analizar el papel del comunicador social con respecto a los principios éticos, humanistas y sociales generados en la sociedad actual para concienciar al alumno del lugar que ocupará en el ejercicio de su profesión.

(*) Crédito es la unidad de valor o puntuación de una asignatura, que se computa de la siguiente forma:

a) En actividades que requieren estudio o trabajo adicional del alumno, como clases teóricas o seminario, una hora de clase semana - semestre corresponde a dos créditos.

b) En actividades que no requieren estudio o trabajo adicional de alumno, como en prácticas, laboratorio, taller, etcétera, una hora de clase semana-semestre corresponde a un crédito.

c) El valor en créditos de actividades clínicas y de prácticas para el aprendizaje de música y artes plásticas, se computará globalmente según su importancia en el plan de estudios, y a criterio de los consejos técnicos respectivos y del Consejo Universitario.

El semestre lectivo tendrá la duración que señale el calendario escolar. Los créditos para cursos de duración menor de un semestre se computarán proporcionalmente a su duración.

Los créditos se expresarán en números enteros.