

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA DEL PLAN DE ESTUDIOS

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Unidad Académica:	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Plan de Estudios:	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Área de Conocimiento:	Ciencias Sociales

Fecha de Aprobación por el Consejo Académico del Área de las Ciencias Sociales: 14 de Agosto de 2007.

Perfil Profesional:

La Ciencia de la Comunicación tienen como objeto de estudio y labor un campo muy extenso; el quehacer profesional de un comunicólogo o comunicador, incluye la participación directa en los procesos de comunicación humana y particularmente en los de la comunicación colectiva.

El estudio de los procesos de la comunicación colectiva implica investigar y analizar la información y los diversos mensajes emitido por los medios de comunicación social para proceder a la valoración de sus repercusiones sobre los individuos y la sociedad.

El profesional de la comunicación ejerce la profesión fundamentalmente en empresas periodísticas, editoriales y radiodifusoras, en empresas productoras de televisión, compañías productoras de cine, agencias publicitarias, instituciones relacionadas con el estudio de la opinión pública, empresas diversas e instituciones con departamentos de comunicación interna, relaciones públicas y de análisis y síntesis informativa. También suele colaborar en agencias noticiosas, nacionales e internacionales, así como en oficinas de prensa y comunicación, universidades e instituciones de enseñanza media y superior e institutos de investigación.

Requisitos de Ingreso:

Los estipulados por la Legislación Universitaria, específicamente el Reglamento General de Inscripciones, concretamente en el artículo 2º y 4º, que a la letra dicen:

Artículo 2o.- Para 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 una prueba escrita y que deberá realizarse dentro de los periodos que al efecto se señalen.

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

Valor en créditos del plan de estudios:

Total:	376
Obligatorios:	252
Optativos:	024

Seriación: El plan de estudios, no incluye seriación obligatoria por asignaturas, lo cual implica que el alumno se podrá inscribir en la asignatura “subsecuente” sin tener que haber acreditado la asignatura “antecedente”. No obstante que formal y administrativamente no exista este requisito, en el diseño reticular se tomó en cuenta como elemento fundamental su coherencia académica y pedagógica tanto vertical como horizontalmente. En cuanto al avance curricular del alumno, puede cursar hasta dos asignaturas más en cada semestre para adelantar la obtención de sus créditos.

Organización del plan de estudios:

El plan de estudios 2007 parte de las siguientes premisas:

- El eje de la enseñanza de la comunicación para los estudiantes de la Facultad seguirá siendo una sólida formación teórico –metodológica y socio-humanística para garantizar egresados con un amplio sentido de compromiso y responsabilidad social.
- Se precisa de una formación inicial en ciencias sociales que recupere los aportes de las diversas disciplinas y que, desde el inicio, se vincule con la especificidad de las ciencias de la comunicación.
- Las necesidades reales del profesional de la comunicación frente al ámbito laboral y las de la sociedad en su conjunto, en materia de comunicación información, cultura y entretenimiento, requieren de una formación de los comunicadores que se ajuste a las nuevas demandas del campo laboral.

En función de lo anterior, quedó conformado en dos ciclos: el de formación inicial, constituido por 30 asignaturas distribuidas en los cinco primeros semestres (240 créditos); el segundo, del sexto al noveno semestre, que lo conforman 17

asignaturas terminales: 12 optativas requeridas y 5 optativas generales (136 créditos).

Requisitos para la titulación:

Con base en los artículos 21 y 22 del *Reglamento de Estudios Técnicos y Profesionales* de la UNAM, los requisitos para obtener el título de Licenciado en Relaciones Internacionales son:

- Haber cursado y aprobado el total de asignaturas y haber acreditado el 100% de los créditos establecidos en el plan de estudios.
- Presentar la constancia de haber realizado el Servicio Social, de acuerdo a la Legislación Universitaria.
- Aprobar el dominio de una lengua extranjera o la comprensión de dos, una de ellas inglés o francés obligatorio y cualquier otra, mediante constancia expedida por el CELE u otro Centro de Idiomas de la UNAM.

1.- Titulación por actividades de investigación

- Tesis
- Ensayo
- Tesina

2.- Titulación por actividades profesionales

- Informe de Servicio Social
- Informe de Práctica Profesional
- Informe de Experiencia Profesional
- Géneros Periodísticos (reportaje, crónica, ensayo y entrevista)
- Diseño de Campañas Publicitarias (social y comercial)
- Investigación de Mercado
- Estrategias de Medios
- Diseño de Campañas Políticas
- Investigación de Opinión Pública
- Programa de Comunicación Organizacional
- Programa de Relaciones Públicas
- Diagnostico de Imagen Corporativa
- Producción de Plataforma Creativa
- Medios y Materiales para la Comunicación en las Organizaciones
- Portafolios Fotográfico
- Producción o Realización de audiovisual por vía Analógica o Digital
- Producción o Realización de Proyectos Sonoros
- Producción o Realización de Proyectos en Movimiento
- Producción o Realización de Materiales Multimediales Interactivos (páginas web, linkografías, etc.)
- Diseño y Realización de Guiones Audiovisuales

- Diseño y Estrategias de Producción Audiovisual.

**ASIGNATURAS OBLIGATORIAS
ASIGNATURAS DEL TRONCO COMUN**

PRIMER SEMESTRE

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

1102	08	Economía y Comunicación
1104	08	Estado, Sistema y Poder Político
1111	08	Introducción al Estudio del Lenguaje
1116	08	Taller de Expresión Oral y Escrita
1120	08	Sociedad y Comunicación
1121	08	Taller de investigación Documental

SEGUNDO SEMESTRE

1109	08	Introducción al Estudio de la Ciencia
1206	08	Geopolítica y Comunicación
1209	08	Introducción a las Teorías de la Comunicación
1216	08	Taller de Redacción
1218	08	Teorías del Discurso

TERCER SEMESTRE

1211	08	Metodología de la Investigación en Comunicación
1306	08	Géneros Periodísticos I
1314	08	Historia y Procesos de la Comunicación en México I
1315	08	Psicología y Comunicación
1316	08	Semiótica
1321	08	Teorías de la Comunicación I

CUARTO SEMESTRE

1317	08	Técnicas de Investigación en Comunicación
1409	08	Géneros Periodísticos II
1414	08	Historia y Procesos de la Comunicación en México II
1416	08	Opinión Pública y Propaganda
1420	08	Teoría de la Imágen
1421	08	Teorías de la Comunicación II

QUINTO SEMESTRE

1503	08	Discurso Audiovisual
1507	08	Géneros Periodísticos III
1515	08	Historia Contemporánea
1516	08	Publicidad

- 1521 08 Procesamiento y Análisis de la Información
- 1523 08 Teorías de la Comunicación

OPCIÓN TERMINAL DE PERIODISMO EN LOS MEDIOS SEXTO SEMESTRE

- 1601 08 Análisis de Políticas de Comunicación
- 1620 08 Metodologías de la Investigación Periodística
- 1621 08 Planeación y Organización de Empresas Editoriales
- 1633 08 Taller de Periodismo
- 08 Optativa

SÉPTIMO SEMESTRE

- 1719 08 Periodismo Gráfico
- 1720 08 Periodismo y Lenguaje Narrativo
- 1731 08 Taller de Periodismo Especializado I
- 1743 08 Periodismo y Organización de las Unidades de Comunicación Social
- 08 Optativa

OCTAVO SEMESTRE

- 1824 08 Taller de Corrección de Originales
- 1826 08 Taller de Diseño Editorial
- 1829 08 Taller de Periodismo Especializado II
- 1843 08 Diseño de Proyectos de Titulación (Periodismo en los Medios)
- 08 Optativa

NOVENO SEMESTRE

- 1911 08 Taller de Titulación (Periodismo en los Medios)
- 08 Optativa

OPCIÓN TERMINAL DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL SEXTO SEMESTRE

- 1641 08 Tecnologías de la Información y Comunicación para la Producción Audiovisual
- 1642 08 Teoría de la Producción Audiovisual
- 1643 08 Diseño y Organización de la Producción Audiovisual
- 1644 08 Regulación de los Medios Audiovisuales
- 1716 08 Metodología de la Investigación Periodística en los Medios Audiovisuales

SÉPTIMO SEMESTRE

- 0970 08 Análisis de la Difusión de las Imágenes en la Producción Audiovisual

- 1631 08 Taller de Guión I
- 1744 08 Taller de Imagen en Movimiento
- 1745 08 Taller de Producción Sonora
- 08 Optativa

OCTAVO SEMESTRE

- 1625 08 Principios de Construcción Dramática y Escénica
- 1730 08 Taller de Guión II
- 1840 08 Diseño de Proyectos de Titulación en Producción Audiovisual
- 08 Optativa
- 08 Optativa

NOVENO SEMESTRE

- 1915 08 Taller de Titulación en Producción Audiovisual
- 08 Optativa

OPCIÓN TERMINAL DE PUBLICIDAD SEXTO SEMESTRE

- 1602 08 Análisis Publicitario
- 1603 08 Antropología del Consumo
- 1619 08 Marco Jurídico de la Publicidad
- 1627 08 Psicología de la Publicidad
- 1712 08 Investigación de Mercado

SÉPTIMO SEMESTRE

- 1708 08 Estrategia de Medios
- 1729 08 Taller de Campañas de Publicidad
- 1741 08 Comunicación e Identidad Rural y Urbana
- 08 Optativa
- 08 Optativa

OCTAVO SEMESTRE

- 1823 08 Taller de Campañas de Publicidad Social
- 1841 08 Diseño de Proyectos de Titulación (Publicidad)
- 1842 08 Publicidad Global e Identidad Nacional
- 08 Optativa
- 08 Optativa

NOVENO SEMESTRE

- 1916 08 Taller de Titulación en Publicidad
- 08 Optativa

OPCIÓN TERMINAL DE COMUNICACIÓN POLÍTICA SEXTO SEMESTRE

- 1605 08 Comunicación Política
- 1636 08 Teoría del Comportamiento Político
- 1638 08 Ética Pública y Derecho a la Información
- 1639 08 Métodos Avanzados de Investigación en Comunicación Política
- 1640 08 Pensamiento Político Moderno y Contemporáneo

SÉPTIMO SEMESTRE

- 1737 08 Comunicación en los Movimientos Políticos y Sociales
- 1738 08 Estrategias de Comunicación Política
- 1739 08 La Comunicación en los Regímenes Políticos en México
- 1742 08 Diseño de Campañas de Propaganda y Mercadotecnia Política
- 08 Optativa

OCTAVO SEMESTRE

- 1837 08 Análisis de la Información y del Discurso Político e Ideológico
- 1838 08 Diseño de Proyectos de Titulación
- 08 Optativa
- 08 Optativa
- 08 Optativa

NOVENO SEMESTRE

- 1909 08 Taller de Titulación (Comunicación Política)
- 08 Optativa

OPCIÓN TERMINAL DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

SEXTO SEMESTRE

- 0117 08 Comunicación Organizacional (Comunicación Interna)
- 1611 08 Entorno Social de las Organizaciones
- 1617 08 Identidad Cultural e Identidad Corporativa
- 1635 08 Teoría de las Organizaciones
- 08 Optativa

SÉPTIMO SEMESTRE

- 1702 08 Asesoría y Servicios de Comunicación
- 1707 08 Diagnóstico de la Imagen Corporativa
- 1709 08 Estrategias de Comunicación Organizacional
- 1714 08 Las Organizaciones Emergentes

08 Optativa

OCTAVO SEMESTRE

- 0963 08 Diagnóstico Organizacional
- 1809 08 Gestión de la Comunicación en las Organizaciones
- 1830 08 Taller de Planeación
- 1839 08 Diseño de Proyectos de Titulación (Comunicación Organizacional)
- 08 Optativa

NOVENO SEMESTRE

- 1910 08 Taller de Titulación en Comunicación Organizacional
- 08 Optativa

OPTATIVAS GENERALES

- 0064 08 Políticas Públicas en Comunicación
- 0065 08 Introducción a la Fotografía
- 0066 08 Diseño Publicitario
- 0067 08 Caricatura Política
- 0068 08 Psicología de las Organizaciones
- 0090 08 Estrategias y Comunicación en los Movimientos Sociales y Políticos
- 0203 08 Fundamentos de Mercadotecnia Política y Publicitaria
- 0204 08 Fotografía Política
- 0210 08 La Comunicación Alternativa e Intercultural
- 0211 08 Relaciones Públicas II
- 0235 08 Taller de Comunicación Política y Publicitaria
- 0269 08 Comunicación Políticas y Derechos Humanos
- 0270 08 Historia de los Partidos Políticos
- 0277 08 Taller de Creatividad Publicitaria
- 0278 08 Taller de Investigación de Mercados
- 0351 08 La Historia como Reportaje
- 0393 08 Literatura y Sociedad II
- 0610 08 Psicoanálisis y Sociedad
- 0642 08 Periodismo de la Ciencia
- 0836 08 Taller de Literatura y Periodismo
- 0870 08 Sociología del Cine Mexicano
- 0959 08 Derecho a la Información
- 0960 08 Arte y Comunicación
- 0963 08 Diagnóstico Organizacional
- 0964 08 El periodismo y la Realidad Latinoamericana en el Siglo XXI
- 0965 08 Estadística para la Investigación en Comunicación
- 0966 08 Periodismo por Radio
- 0967 08 Periodismo por Televisión
- 0968 08 Regulación de los Medios Electrónicos

0969	08	Teoría de Sistemas Aplicados a la Comunicación Organizacional
0970	08	Análisis de la Difusión de Imágenes en Producción Audiovisual
0971	08	La información Política y la Realidad Latinoamericana en el Siglo XXI
0972	08	México Nación Multicultural
0973	08	Tecnologías de la Información y la Comunicación
1000	08	Agencias Informativas
1001	08	Fotografía Periodística
1002	08	Fotografía Publicitaria
1004	08	Prospectiva Estratégica
1005	08	Relaciones Públicas
1007	08	Sociología del Cine
1618	08	Lenguaje Cinematográfico como Cultura Audiovisual
1630	08	Taller de Apreciación Estética y Narrativa en los Medios Audiovisuales
1636	08	Teoría del Conflicto y la Negociación
1733	08	Técnicas de Producción Sonora
1734	08	Técnicas de Producción de Imagen en Movimiento
1805	08	Diseño de Campañas Políticas

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

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA DE LAS ASIGNATURAS

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

0117 08 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL (COMUNICACIÓN INTERNA)

Identificar los modelos de comunicación a través del estudio de la comunicación interna y externa así como los procesos y modelos operativos para identificar los modelos de comunicación que se manejan en las organizaciones.

0963 08 DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

Que el alumno adquiera habilidad para llevar a cabo la realización de un diagnóstico integral de comunicación aplicado en una empresa, una organización, un medio de comunicación o una institución pública, privada o social; la detección y focalización de necesidades en el rubro; la elaboración del anteproyecto o propuesta conceptual del problema a resolver, los objetivos conceptuales y las metas materiales específicas que se busca alcanzar; la justificación social, económica y de impactos de la propuesta conceptual, así como una propuesta operativa con la estrategia general que será utilizada, los programas concretos en materia comunicacional que se pondrán en marcha y los “productos” específicos que le serán ofrecidos al cliente.

0970 08 ANÁLISIS DE LA DIFUSIÓN DE LAS IMÁGENES EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

El alumno será capaz de analizar imágenes en relación con los diferentes sistemas de difusión de ellas. Además, comprenderá la importancia de conocer el contexto en que se producen las razones que limitan o facilitan su difusión.

1102 08 ECONOMÍA Y COMUNICACIÓN

Determinar la naturaleza del proceso económico como campo de estudio de la ciencia económica; Comprender cómo los grandes temas de que se ocupan y se ocupan los economistas surgen de los esfuerzos por entender problemas y cuestiones de su tiempo y circunstancia, donde la comunicación y la información siempre han significado ángulos permanentes de preocupación y análisis.

1104 08 ESTADO, SISTEMA Y PODER POLÍTICO

El alumno conocerá el surgimiento del estado en el marco de las relaciones de poder, así como los elementos de comunicación que sustentan esta relación. El alumno conocerá el modo en que se establecen las relaciones entre el estado, la política y los diversos procesos de comunicación en la historia de una sociedad. Analizará los factores culturales y políticos que establecen el perfil de esa relación y sus tendencias de cambio.

1109 08 INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA CIENCIA

El objetivo de esta asignatura es examinar la forma en que la sociedad aprende sobre el mundo que la rodea, y los errores que se cometen durante este proceso. Como así lo define el plan de estudios de 1997, con este principio se debe comenzar por entender acerca de los razonamientos de los que hacen uso los investigadores del mundo de lo social, para ello es necesario conocer el fundamento filosófico de cual parten sus obras y la manera en como es que a través de su trabajo se genera conocimiento nuevo para el quehacer científico, pues es precisamente de la vinculación entre los fundamentos filosóficos de la disciplina y el quehacer científico la vereda sobre la cual se debe desarrollar la investigación en comunicación.

1111 08 INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL LENGUAJE

Entender la importancia del lenguaje, sus características y funciones en relación con el proceso de la comunicación, la representación de la realidad y su interacción con el acontecer social.

1116 08 TALLER DE EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA

Que el alumno comprenda y ponga en práctica la metodología y las técnicas básicas para la expresión oral y escrita de diferentes tipos de mensajes.

1120 08 SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN

El alumno conocerá y distinguirá tres grandes modos de conocer lo social, en tanto formas de producción del conocimiento que transportan diferentes intereses. Con ello se analizarán autores que son fundamentales para las disciplinas que abocan a conocer objetos, procesos, fenómenos y conflictos sociales, entre éstas las ciencias de la comunicación. Estos autores ejemplifican las variadas formas que existen de entender lo social y también nutren a quienes han trabajado en la investigación de los procesos de la comunicación humana y de los medios de comunicación. Con la lectura de los autores el alumno podrá conocer, desde diferentes enfoques, los contenidos de categorías que empleará constantemente a través de la licenciatura. Se conocerán también las últimas tendencias en el análisis sociológico, con especial énfasis en las teorías de cambio social, y el estudio de los medios de comunicación, tratando en forma introductoria el caso específico de México.

1121 08 TALLER DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

El objetivo de esta asignatura es presentar al estudiante de Ciencias de la Comunicación una óptica general del trabajo científico y prepararlo en la identificación, comprensión y empleo de las fuentes documentales, tanto como fuentes de consulta como de comprobación de las problemáticas que desee comprobar. El estudiante conocerá las convenciones y normatividad de los documentos científicos y sabrá consultarlos y crear sistemáticamente los propios.

1206 08 GEOPOLÍTICA Y COMUNICACIÓN

El alumno será capaz de conocer y reflexionar sobre las prácticas comunicativas de las culturas de la antigüedad para demostrar a que formaciones culturales distintas, con diferente ubicación espacio-temporal, han correspondido distintas formas y prácticas de la comunicación. Conocer y analizar la forma en que incidieron los encuentros y choques entre culturas en las prácticas comunicativas de la humanidad, para reflexionar sobre la manera como se ha conformado el panorama comunicativo y comunicacional en los diversos periodos históricos.

1209 08 INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

El alumno podrá identificar las diferentes nociones y conceptos clave para entender los procesos de comunicación, tanto como los fenómenos de la comunicación interpersonal y la comunicación colectiva, masiva o social, y sus agentes.

1211 08 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Presentar al estudiante de Ciencias de la Comunicación un marco general sobre los fundamentos y características de las metodologías de investigación más relevantes de las ciencias sociales y las humanidades, para que esté en condiciones de sustentar filosófica y teóricamente el procedimiento que elija para indagar, comprender y explicar un asunto de su campo disciplinario y profesional, considerando el carácter inter y multidisciplinario que la comunicación guarda actualmente en México.

1216 08 TALLER DE REDACCIÓN

Al finalizar el curso, el estudiante habrá identificado los elementos principales de la composición de textos, con base en el estudio de la teoría y práctica del párrafo. Asimismo, el estudiante ejecutará sus habilidades con la finalidad de expresar sus ideas adecuadamente, por medio de la escritura. Además reconocerá la lectura como actividad fundamental para mejorar la redacción.

1218 08 TEORÍAS DEL DISCURSO

Dar a conocer al estudiante las diversas posturas teóricas respecto al estudio del discurso, así como sus correspondientes herramientas de análisis, con la finalidad de que sean capaces de comprender los fenómenos comunicativos y sociales reales.

1306 08 GÉNEROS PERIODÍSTICOS I

Que el alumno identifique y analice las características del periodismo y la noticia, además que practique y maneje las técnicas de la investigación de la redacción periodísticas para la elaboración de notas informativas y entrevistas en prensa escrita, radio y televisión. También que comprenda y asimile las calidades profesionales y ética del periodista y su compromiso social.

1314 08 HISTORIA Y PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO I

El alumno comprenderá la importancia del estudio histórico en el surgimiento y desarrollo de los procesos de comunicación en México, y en el marco general del mundo. Conocerá el origen del periodismo en México desde la aparición de formas de comunicación de carácter social, que fueron incorporadas a la nueva cultura mestiza, como las tradiciones del teatro indígena, la música y las artes plásticas. Se estudiará el desarrollo de la imprenta en América, el papel ideológico del Estado y la iglesia y las formas de control de la difusión de las ideas durante la colonia, así como la transición al México independiente y la construcción de la República Federal. Este periodo se cierra hacia los albores del Porfiriato.

1315 08 PSICOLOGÍA Y COMUNICACIÓN

En este curso introductorio a la Psicología Social, se plantean los siguientes objetivos: Que el maestro proporcione a los estudiantes un panorama de las

diferentes corrientes que han conformado el pensamiento psicológico y sus contribuciones al campo de la psicología de la comunicación. Ponga a disposición de los alumnos las herramientas teóricas y metodológicas que la Psicología Social ha aportado para el estudio de la comunicación en sociedad. Oriente a los estudiantes en la investigación y la experimentación propios de la Psicología Social.

1316 08 SEMIÓTICA

Al concluir el curso el alumno será capaz de entender la importancia de los signos y su significación para la investigación y el ejercicio profesional en Ciencias de la Comunicación. Comprender, entender y manejar los conceptos fundamentales en esta disciplina. Su origen y relación con otras disciplinas de las que se han nutrido la semiología y/o semiótica. Identificar los diferentes enfoques del análisis semiótico. Análisis semiótico. Distinguir: la teoría semiótica, la función semiótica y los sistemas de significación. Aplicar algunos métodos y técnicas de significación en el análisis de discursos escritos, visuales y audiovisuales.

1317 08 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Fortalecer la preparación teórica-práctica del estudiante en la planeación de la investigación y en la fase ejecutiva que implica la elección de las técnicas cualitativas y/o cuantitativas, así como la elaboración y aplicación de instrumentos de recolección de datos en una problemática de campo de las ciencias de la comunicación.

1321 08 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I

Examinar las distintas teorías que explican y describen los fenómenos asociados a la comunicación humana en sus manifestaciones individuales, societarias y colectivas, desde el punto de vista de las principales corrientes, enfoques y escuelas.

1409 08 GÉNEROS PERIODÍSTICOS II

Que el alumno estudie, analice y elabore crónicas y reportajes desde la perspectiva del periodismo interpretativo para prensa, radio y televisión. Además, estudie y reflexione acerca de los principios deontológicos y humanistas que permitan al periodista cultivar el pensamiento crítico y la conciencia de su papel como intermediarios entre el Estado y la sociedad.

1414 08 HISTORIA Y PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO II

Conocer y analizar los procesos políticos económicos, sociales y culturales del Estado mexicano a través de la dictadura de Díaz, el movimiento armado de 1910 y la consolidación del Estado con la Revolución, hasta el periodo Cardenista. Ubicar en estos procesos el surgimiento de nuevas formas de comunicación

masiva -como la radio, el cine, el teatro, y otras expresiones- para comprender el papel histórico de los medios en México.

1416 08 OPINIÓN PÚBLICA Y PROPAGANDA

Tener conocimiento pleno de los conceptos de opinión pública y la propaganda, para poder analizar las contradicciones propias y los fenómenos político-sociales, propios de nuestras sociedades contemporáneas.

1420 08 TEORÍA DE LA IMÁGEN

Entender y analizar la importancia del discurso de la imagen, su estructura y elementos, sus funciones sociales y sus usos específicos en los diversos tipos de mensaje visual (fotografía, pintura, cartel político y publicitario, publicidad gráfica, fotonovela, caricatura, historieta y otros tipos de imagen fija).

1421 08 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II

Identificar las manifestaciones comunicativas en las esferas de lo privado, lo público y lo social, así como los medios de comunicación que les son inherentes y los espacios que dichas esferas ofrecen para el ejercicio profesional de la licenciatura.

1503 08 DISCURSO AUDIOVISUAL

Analizar la comprensión de los mecanismos del discurso audiovisual, sus características y funciones para el estudio y análisis de distintos mensajes propios del cine, la televisión, el video y la publicidad.

1507 08 GÉNEROS PERIODÍSTICOS III

Que el alumno sea capaz de identificar, diferenciar y ubicar en el momento actual, la función social del editorial, cartón de opinión, artículo de fondo, columna, ensayo y reseña crítica, y aplicar los métodos y técnicas de investigación y redacción para expresar por escrito y de manera oral (en el caso del cartón de opinión, gráficamente), el punto de vista de una institución informativa o del periodista sobre los hechos que día a día ocupan las páginas de los diarios y revistas y los espacios noticiosos en radio y televisión.

1515 08 HISTORIA CONTEMPORÁNEA

Conocer y analizar los procesos de comunicación y sus manifestaciones a través de los distintos medios en la historia de México, de 1970 al final del siglo XX, considerando su vinculación estrecha con los acontecimientos relevantes de carácter mundial

1516 08 PUBLICIDAD

Conocer a la publicidad desde la perspectiva de la comunicación y sus principales características en la sociedad contemporánea.

1521 08 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El alumno comprenderá la relevancia que implica en su futuro, hacer profesional el empleo de diversas operaciones para sistematizar la información recabada en las fuentes investigadas. De acuerdo con la naturaleza de los datos, tendrá la capacidad de aplicar las operaciones que lo lleven a una interpretación y explicación significativas del asunto que estudia. Para los datos cuantitativos, conocerá el procedimiento informático que le permitirá un tratamiento riguroso y oportuno.

1523 08 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

Al concluir esta asignatura, los estudiantes serán capaces de generar conocimiento alrededor de los fenómenos de comunicación vigentes, considerando tres niveles fundamentales donde se desarrolla la comunicación: tecnología; economía y política.

1601 08 ANÁLISIS DE POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Que el alumno aprenda, maneje y aplique las técnicas para la selección, tratamiento y análisis de la información política manifiesta en los medios, dentro del contexto periodístico y social. Entre otras técnicas, se hablará del análisis de contenido y el análisis del discurso.

1602 08 ANÁLISIS PUBLICITARIO

Que el alumno conozca cuáles son los elementos básicos que componen los mensajes publicitarios, desde el aspecto técnico, semiótico, psicológico y social. Aplicar estos elementos al análisis de mensajes. Contar con una metodología para determinar de qué manera está manejado un producto o servicio en la publicidad y su relación con aspectos psicológicos, sociales referenciales, cotidianos e imaginarios.

1603 08 ANTROPOLOGÍA DEL CONSUMO

Conocer los aspectos culturales, sociales y comunicacionales sobre los que se da el consumo en las sociedades contemporáneas. Ubicar el fenómeno del consumo en la sociedad y su vínculo con los planteamientos de la modernidad. Analizar las características del consumo simbólico que se da en la comunicación y en la publicidad.

1611 08 ENTORNO SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES

El alumno identificará, analizará e interpretará las características del entorno en las organizaciones y la Comunicación, así como sus variables dentro del contexto internacional y nacional.

1617 08 IDENTIDAD CULTURAL E IDENTIDAD CORPORATIVA

Al concluir esta asignatura los alumnos serán capaces de: Entender las nociones de transculturación, aculturación, imposición cultural, interculturalidad o intertextualidad y multiculturalidad. Reconocer la riqueza de los valores nacionales que por su autenticidad, unos y su multiculturalidad otros, han sido capaces de rebasar los límites de lo nacional. Identificar y delimitar rasgos fundamentales de la “cultura nacional” que pueden servir de base para su divulgación mundial. Entender la noción de identidad nacional y de cultura corporativa. Entender la noción de identidad de una organización.

1619 08 MARCO JURÍDICO DE LA PUBLICIDAD

Que el alumno conozca la evolución histórica del régimen legal de la actividad publicitaria en el marco del desarrollo económico y político de México. Analizar la casuística de los productos y actividades de mayor control legal. Analizar las nuevas formas publicitarias en México y los aspectos legales que rigen la publicidad de bebidas alcohólicas, de tabaco, de los medicamentos y de los alimentos de bajo aporte nutricional.

1620 08 METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA

Que el alumno identifique las distintas técnicas de investigación propias del periodismo y reflexione sobre la importancia de éstas en la construcción de un mensaje periodístico que se distinga por la solidez informativa producto de un proceso de investigación riguroso y responsable.

1621 08 PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS EDITORIALES

El alumno obtendrá el conocimiento que le permitirá conocer qué es una empresa editorial, cómo funciona, cuáles son sus objetivos, cuántas clases de empresas editoriales hay. Entonces, tendrá elementos que le permitan planear y organizar la elaboración de publicaciones (libros, revistas, boletines internos, etc).

1625 08 PRINCIPIOS DE CONSTRUCCIÓN DRAMÁTICA Y ESCÉNICA

El propósito de esta asignatura es lograr que el estudiante; en un esquema teórico-práctico, conozca y asimile los principios, métodos y técnicas que propone la construcción dramática y su solución escénica para los medios audiovisuales.

1627 08 PSICOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD

El estudiante conocerá ciertos principios fundamentales de la psicología para que estudie, conozca, reflexione y analice los fenómenos que tengan que ver con los mensajes de la publicidad ya sea de carácter social o comercial y además cuente con las herramientas de análisis de las audiencias.

1631 08 TALLER DE GUIÓN I

El propósito de esta asignatura es iniciar al alumno en el conocimiento, estudio y análisis de la creación literaria para medios audiovisuales. Este proceso creativo, imaginativo y normativo está orientado particularmente para abordar la esfera de lo informativo y periodístico en el ámbito de la ficción y lo documental. Promover la capacidad imaginaria y evidenciar las habilidades expresivas y literarias en el estudiante, es el objetivo del curso. Lograr que comprenda la alianza entre lo escrito y lo audiovisual, es el propósito.

1633 08 TALLER DE PERIODISMO

Al finalizar el estudio de esta asignatura, el alumno será capaz de identificar y de redactar cualquier tipo de mensaje periodístico, por ello en este taller pondrá en práctica los conocimientos adquiridos en las asignaturas del eje de redacción y géneros periodísticos y se ejercitará en la obtención de datos y, específicamente, en la redacción de los diferentes mensajes periodísticos.

1635 08 TEORÍA DE LAS ORGANIZACIONES

Estudiar a las organizaciones a través de las diversas escuelas teóricas para entender a la comunicación y sus diferentes modelos como un proceso que fluye tanto al interior como al exterior de las organizaciones.

1636 08 TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO POLÍTICO

Definir la cultura política desde la perspectiva teórica, analizando las diversas tendencias conceptuales, a través de las manifestaciones económico-políticas, sociales y culturales mundiales, así como el estudio de México y lo mexicano, para poder determinar el comportamiento social en los procesos políticos en nuestro país.

1638 08 ÉTICA PÚBLICA Y DERECHO A LA INFORMACIÓN

Conocer que se entiende por Derecho a la Información y cuáles son sus fundamentos jurídicos a nivel mundial y en México.

1640 08 PENSAMIENTO POLÍTICO MODERNO Y CONTEMPORÁNEO

El alumno conocerá las principales corrientes del pensamiento político moderno y contemporáneo, sus principales exponentes en el marco del debate acerca del Estado y las relaciones de poder socio-políticas.

1641 08 TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Describir la sociedad de la información de acuerdo a distintos acercamientos teóricos, a fin de reconocerla como un momento diferente a la etapa de industrialización. Caracterizar los escenarios más destacados de la sociedad de la información en los que las nuevas tecnologías, procesos de digitalización y de convergencia tecnológica, han producido cambios sustantivos, con el propósito de reflexionar acerca de su importancia tanto a nivel personal como social. Analizar las características específicas de la sociedad de la información, con el objeto de identificar los nuevos roles, habilidades y desempeños que deben desarrollar los individuos.

1642 08 TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Que el alumno conozca los principios generales que fundamentan el proceso de la producción audiovisual. Estudie las relaciones sociales, económicas, políticas y culturales que la producción audiovisual comporta. Distinga los fundamentos de las etapas y ciclos de la producción audiovisual. Realice diferentes investigaciones y lecturas que le permitan detectar y evaluar futuras adecuaciones del proceso de producción audiovisual.

1643 08 DISEÑO Y ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

El objetivo de un curso que pretende formar profesionales de la producción, es lograr que el alumno comprenda la importancia del estudio integral de los conceptos, técnicas, principios, elementos, habilidades, normas y teorías que conforman el universo de conocimientos sobre la comunicación audiovisual. En la fase terminal de la carrera, la formación básica comporta el eje conceptual e instrumental para el estudiante y la opción vocacional determina su campo de responsabilidad profesional.

1644 08 REGULACIÓN DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Conozca los principios generales del derecho. Estudie el régimen legal vigente que regula la actividad de los medios de comunicación. Distinga los fundamentos legales de cada uno de los ordenamientos legales y lo aplique en particular a cada forma de comunicación colectiva existente en nuestro país.

1702 08 ASESORÍA Y SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

A lo largo del curso el alumno creará una consultoría de comunicación para atender problemas de comunicación externa (publicidad, propaganda y relaciones públicas) con la idea de realizar una estrategia de comunicación externa a una organización/cliente, empleando la metodología y herramientas adecuadas para solución del mismo.

1707 08 DIAGNÓSTICO DE LA IMÁGEN CORPORATIVA

Al terminar esta asignatura, los alumnos serán capaces de conocer las nuevas formas de operar de los negocios en la era del Internet, conocer los componentes de una imagen corporativa, investigar la vigencia de la imagen corporativa proyectada y percibida, evaluar y diagnosticar la relevancia de la imagen corporativa proyectada de una corporación, empresa o institución.

1708 08 ESTRATEGIA DE MEDIOS

Conocer y analizar las estrategias de medios y reconocer los alcances que tienen dentro de los productos tanto comerciales como sociales, a fin de establecer los medios adecuados para cada caso; así como también llevar a cabo una estrategia de medios de acuerdo a un producto en específico.

1709 08 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Estudiar las formas, niveles y posibilidades de la comunicación como estrategias para que fluya la comunicación adecuadamente dentro de las organizaciones.

1712 08 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El alumno conocerá e identificará los conceptos y métodos de investigación de mercados como instrumentos que permiten obtener información oportuna y eficaz de una manera clara y ordenada.

1714 08 LAS ORGANIZACIONES EMERGENTES

Se estudiarán las diversas formaciones sociales consideradas como emergentes para valorar las relaciones y características del entorno con el intercambio hacia el medio exterior.

1716 08 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Abordar una asignatura cuyo objetivo es lograr que el alumno sea capaz de distinguir, desarrollar y aplicar los métodos y técnicas de investigación periodística, para expresarlos por medio de los géneros informativos y de opinión en materiales audiovisuales; supone un adecuado manejo de la nota informativa, la crónica, la entrevista, la encuesta y el reportaje con el propósito de aplicarlos y desarrollarlos en los diferentes tipos y formatos de programas de radio, televisión y multimedia.

1719 08 PERIODISMO GRÁFICO

Introducir al alumno al periodismo gráfico y en particular al fotoperiodismo desde sus orígenes, movimientos, autores y obras fundamentales. Lograr el desarrollo de

habilidades críticas por parte del alumno en el análisis e interpretación de las imágenes de la fotografía de prensa en el contexto nacional e internacional. Involucrar al alumno en las actividades del fotoperiodista para explorar la imagen periodística, con gusto y pasión, como una opción más dentro del periodismo.

1720 08 PERIODISMO Y LENGUAJE NARRATIVO

Analizar diversos relatos de periodistas destacados para descubrir su estilo, los métodos de la escritura que utilizan para mantener la tensión y el enfoque noticioso, así como la manera en que mezclan su percepción con la noticia y la forma en que describen lugares o personas.

1729 08 TALLER DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD

El alumno identificará y aplicará los conocimientos y herramientas propios para el desarrollo de una campaña publicitaria integral para un producto, servicio, idea o personaje, partiendo del análisis del mercado y del producto hasta la propuesta de comunicación.

1730 08 TALLER DE GUIÓN II

El segundo curso que aborda el tema de guión, tiene como propósito lograr que el estudiante sea capaz, por medio del ejercicio cotidiano, de escribir guiones cuya estructura dramática, conceptual y composicional le permita incursionar en los diferentes géneros de corte informativo para medios audiovisuales.

1731 08 TALLER DE PERIODISMO ESPECIALIZADO I

Que el alumno comprenda las características del periodismo especializado y construya relatos de este tipo a partir de la selección de una fuente informativa.

1737 08 COMUNICACIÓN EN LOS MOVIMIENTOS POLÍTICOS Y SOCIALES

Este curso es teórico y comprende el estudio de la comunicación en los movimientos políticos y socioculturales, En consecuencia analizará la articulación comunicativa (horizontal o vertical), lo anterior definirá el carácter sociopolítico de un movimiento. En lo externo se analiza la forma que asume la comunicación de un movimiento respecto de la sociedad y los adversarios. Igualmente se estudia el aspecto simbólico y cultural.

1738 08 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

La materia tiene como finalidad que el alumno conozca y aprenda el desarrollo y evolución de las diferentes manifestaciones de la comunicación política, sus estrategias y cómo se lucha y cómo se construye el proceso comunicativo.

1739 08 LA COMUNICACIÓN EN LOS REGÍMENES POLÍTICOS EN MÉXICO

Proveer de herramientas analíticas para el análisis de la vida política mexicana desde la perspectiva de sus procesos de comunicación política. Identificar las características principales del régimen y sistema político posrevolucionario, tomando en cuenta las características fundamentales de sus instituciones y procesos políticos formales y no formales.

1741 08 COMUNICACIÓN E IDENTIDAD RURAL Y URBANA

Esta asignatura tiene como objetivo general estudiar y analizar la forma y los niveles en que la identidad comunitaria rural y urbana se ha visto afectada, dentro de la sociedad mexicana actual. Asimismo se pretende identificar en qué medida esto ha impactado los procesos de comunicación en la vida cotidiana. En otras palabras, se tratará de responder: ¿Qué ha pasado con la comunicación en las comunidades rurales y urbanas actuales?

1742 08 DISEÑO DE CAMPAÑAS DE PROPAGANDA Y MERCADOTECNIA POLÍTICA

El alumno conocerá las dos estrategias preponderantes para la elaboración de las campañas políticas: la de la propaganda y la de la mercadotecnia política, en la planeación de una campaña de comunicación política. A lo largo del curso el alumno elegirá una de estas dos estrategias para elaborar una campaña política como proyecto final.

1743 08 PERIODISMO Y ORGANIZACIÓN EN LAS UNIDADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL

El alumno estudiará el trabajo periodístico que se realiza en las Unidades de Comunicación tanto públicas como privadas y aplicará los criterios institucionales para seleccionar, organizar y jerarquizar la información emitida por los medios de comunicación con relación a una institución asignada.

1744 08 TALLER DE IMÁGEN EN MOVIMIENTO

El propósito de este curso-taller, es involucrar al estudiante en la dinámica de la producción profesional en televisión y video, para que sea capaz de participar e incidir en el proceso, aplicación y desarrollo de la fase productiva en la industria audiovisual. El conjunto de materiales y mensajes que realice en el curso, deberán evidenciar los conocimientos adquiridos durante la formación básica en Ciencias de la Comunicación y los dos primeros semestres de la opción vocacional audiovisual.

1745 08 TALLER DE PRODUCCIÓN SONORA

Este curso-taller pretende involucrar al estudiante en el proceso, lenguajes, aplicación y desarrollo de la producción radiofónica. Los materiales que se

realicen, deberán evidenciar los conocimientos adquiridos durante la formación básica en Ciencias de la Comunicación y los dos primeros semestres de la opción vocacional audiovisual. El alumno deberá demostrar, ser un comunicador con la formación académica suficiente para acceder al estadio profesional, por lo que tendrá que ejercitarse como productor y director de radio con capacidad y oficio innovador y creador.

1809 08 GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

Conocer y estudiar al individuo, el grupo y el sistema de la organización a fin de gestionar niveles de comunicación adecuados para la organización.

1823 08 TALLER DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD SOCIAL

El objetivo de esta asignatura es que el alumno diseñe y ejecute una campaña de publicidad social de manera eficiente a través de las herramientas tanto teóricas como prácticas, así como también, la realización de los conceptos creativos y promover de esta manera, las acciones sociales para lograr una concientización.

1824 08 TALLER DE CORRECCIÓN DE ORIGINALES

El alumno redactará textos de cualquier género periodístico con originalidad y de acuerdo con los lineamientos propios del estilo periodístico. Descubrirá y enmendará las deficiencias de sus propios originales. Corregirá los errores de fondo y forma que se encuentren en los originales que se le proporcionen. Conformará y consolidará su propio estilo.

1826 08 TALLER DE DISEÑO EDITORIAL

El alumno conocerá los elementos básicos del diseño editorial y su aplicación en libros, revistas, folletos y carteles. Asimismo, estudiará el proceso de producción desde el punto de vista del editor con el fin de que esté capacitado tanto para concebir la idea global de una publicación como la construcción de cada número al realizar una selección razonada de materiales (textuales y visuales) que redunden en una buena comunicación con los lectores a los que ésta vaya dirigida.

1829 08 TALLER DE PERIODISMO ESPECIALIZADO II

El alumno seleccionará una o varias áreas de especialización y aplicará sus conocimientos sobre periodismo, al redactar los distintos géneros periodísticos con la calidad que se requiere para ser publicados.

1830 08 TALLER DE PLANEACIÓN

Proporcionar al alumno, los elementos teórico-prácticos para el diseño, elaboración y aplicación del proceso de planeación a fin de que éste sea adaptado

y útil a los procesos de comunicación organizacional que se dan en los distintos tipos de organizaciones.

1837 08 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y DEL DISCURSO POLÍTICO E IDEOLÓGICO

Que el alumno tenga la capacidad de leer, entender e interpretar la información política verbal y escrita a partir de conocimientos teóricos específicos –del análisis de contenido y del discurso- y de una metodología bien definida.

1839 08 DISEÑO DE PROYECTOS DE TITULACIÓN (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de diseñar de un proyecto de investigación con temas relacionados con el área de Comunicación Organizacional. También podrá elegir, jerarquizar y evaluar la información pertinente que le permita construir un problema de estudio, así como aplicarla de análisis y exposición que requiera la explicación de dicho problema.

1842 08 PUBLICIDAD GLOBAL E IDENTIDAD NACIONAL

El alumno comprenderá la importancia de la adaptación o estandarización de los mensajes publicitarios, para generar la aceptación de una región o nación en particular, es decir, analizará su cultura para generar desde ella los mensajes comunicativos, con la intención de que adquiera un bien/servicio o adopte un cambio de actitud frente a una problemática social.

1843 08 DISEÑO DE PROYECTOS DE TITULACIÓN (PERIODISMO EN LOS MEDIOS)

El curso tiene como objetivo fundamental brindar al alumno apoyo metodológico, teórico y de redacción que le permita instrumentar un diseño de investigación con temas específicos relacionados con el campo del periodismo en los medios. Dicho tema deberá ser elegido de acuerdo con sus intereses académicos y profesionales para realizar un trabajo con el que pueda optar por el título de licenciatura.

1915 08 TALLER DE TITULACIÓN EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

A lo largo del taller el alumno elaborará un trabajo de investigación susceptible de ser presentado posteriormente como prueba recepcional para obtener el título de licenciatura. Dicho trabajo deberá desarrollarse a partir del proyecto elaborado previamente y contener una introducción desarrollo por capítulos, conclusiones y bibliografía.

OPTATIVAS GENERALES

0065 08 INTRODUCCIÓN A LA FOTOGRAFÍA

Al término del curso los participantes conocerán las posibilidades de expresión y comunicación que brinda la técnica de la fotografía. Serán capaces de identificar todos y cada uno de los recursos técnicos y aplicar estos conceptos a la creación de imágenes por proyección.

0068 08 PSICOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES

Identificar los elementos teórico-metodológicos de la psicología social aplicados, técnicamente, al campo de las relaciones laborales y empresariales.

0203 08 FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA POLÍTICA Y PUBLICITARIA

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de: Identificar las herramientas fundamentales de la mercadotecnia; Aplicar los procesos de creación de un plan de mercadotecnia; Entender los elementos del marketing mix. Reconocer la importancia del planteamiento estratégico del plan de mercadotecnia y su ejecución en medios. Entender la especificidad de las audiencias y reconocer las diferencias entre segmentos de mercado y públicos objetivos a través de la investigación. Medir la efectividad de un plan frente al mercado.

0210 08 LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA E INTERCULTURAL

Conocer los fundamentos teóricos y las condiciones históricas que posibilitan el surgimiento de la comunicación alternativa e intercultural, para analizar fenómenos tales como el uso de Internet, las radios comunitarias o la comunicación humana intracomunitaria e intercultural. Se considera que el fin de la comunicación alternativa e intercultural es reconstruir el sentido social o comunitario de la comunicación, característica contraria al uso comercial y político que los Estados y los grandes consorcios dan a los medios de comunicación colectiva, de ahí el nombre de comunicación alternativa e intercultural.

0211 08 RELACIONES PÚBLICAS II

El alumno será capaz de analizar imágenes en relación con los diferentes sistemas de difusión de ellas. Además, comprenderá la importancia de conocer el contexto en el que se producen y las razones que limitan o facilitan su difusión.

0235 08 TALLER DE COMUNICACIÓN POLÍTICA Y PUBLICITARIA

Curso teórico-práctico que comprende el estudio las teorías, técnicas y metodología en la producción de caricaturas, carteles, historietas o cómic, fotografía y fotomontaje dentro de la comunicación gráfica. Se analizará su desarrollo histórico así como la estructura de éstos géneros gráficos en la comunicación política y publicitaria.

0277 08 TALLER DE CREATIVIDAD PUBLICITARIA

El alumno será capaz de elaborar un plan de trabajo creativo publicitario, fundamentado en técnicas y esquemas que le permitan diseñar estrategias nuevas que se puedan aplicar en el producto y en los diferentes medios que lo publicita.

0278 08 TALLER DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

El alumno identificará y aplicará los métodos y técnicas de investigación de mercados que le permitan obtener información oportuna y eficaz de una manera clara y ordenada. Se trabajará con casos para estudiar al mercado a los consumidores, a fin de que se logre planear y ejecutar una investigación integral de mercados.

0351 08 LA HISTORIA COMO REPORTAJE

Integrar el concepto de historia a la práctica periodística, estableciendo su complementariedad para el proceso de significación de la realidad, mediante el desarrollo pleno del reportaje histórico como género periodístico interpretativo.

0870 08 SOCIOLOGÍA DEL CINE MEXICANO

Comprender la importancia del cine como fenómeno social. Comprender la interdependencia y la dinámica que se establece entre la sociedad mexicana y la cinematografía. Conocer la industria cinematográfica mexicana (1896-1950); sus principales características, realizadores, temas, técnicas y películas a lo largo del tiempo. Revisar críticamente las producciones cinematográficas (antiguas y contemporáneas) utilizando las propuestas metodológicas del curso.

0960 08 ARTE Y COMUNICACIÓN

El alumno conocerá los distintos tipos de arte en función de sus diferentes intenciones y producciones y comprenderá el aspecto comunicativo del arte que pretende imitar o representar la realidad. Además, conocerá el desarrollo del arte, desde el realismo del siglo XIX hasta el arte contemporáneo, como el proceso de superación de la mimesis artística. Aunado a lo anterior, el alumno aplicará algunos principios del análisis formal a las imágenes pictóricas. Finalmente, también aumentará su interés por el arte y desarrollará su gusto para apreciarlo en sí mismo y como fenómeno comunicacional.

0966 08 PERIODISMO POR RADIO

Dar al estudiante las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar sus capacidades dentro del medio periodístico que se realiza en radio.

0967 08 PERIODISMO POR TELEVISIÓN

Estimular la creatividad. Poner en práctica un verdadero trabajo en equipo, sin revanchas. Adelantarse en lo posible a los “acontecimientos”. Hacer un periodismo para OIR y VER, no sólo para OIR. Llenar la pantalla de mensajes. Imprescindiblemente quien quiera “ver” TV tiene que “ver” la pantalla. Estimular el efecto de presencia. Entrenar a los camarógrafos en la “técnica” de “tirar” editado. Entrenarse como reportero para saber concebir la edición. Que los reporteros sepan solicitarle lo que necesitan a los camarógrafos, y que estos comprendan el trabajo reporteril. En el manejo de los géneros (nota, entrevista, crónica y reportaje) ser un mejor periodista de la TV.

0969 08 TEORÍA DE SISTEMAS APLICADOS A LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Incorporar al análisis de la comunicación organizacional, elementos teóricos y metodológicos, que permitan a un tiempo identificar los elementos que integran los sistemas de comunicación dentro de las organizaciones, así como el papel que esta juega en el desarrollo de las organizaciones modernas, partiendo de una comprensión básica de los conceptos contenidos en la teoría de sistemas, más allá de simplificaciones que desvirtúan contenido y objetivos de una teoría que pretende mostrar la complejidad de los fenómenos de interacción humana. Representados por las organizaciones socioculturales adaptativas complejas.

1000 08 AGENCIAS INFORMATIVAS

El alumno distinguirá las características operacionales de una agencia de noticias, considerando los procesos de captura, recepción y redacción de las informaciones como la utilización de los servicios de las agencias en diferentes medios informativos.

1001 08 FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA

Conocer la importancia y utilidad de la fotografía periodística como complemento de la comunicación colectiva. Analizar el discurso fotográfico de acuerdo a su contexto ideológico y criterio periodístico. Cuestionar el uso y función de la fotografía periodística en los distintos medios de comunicación existentes en México. Comprender la importancia de la imagen periodística dentro de la sociedad mexicana, como vía alternativa de comunicación. Conocer el alto valor comunicativo de la fotografía periodística como medio de información.

1002 08 FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA

Al terminar el curso el educando tendrá la capacidad de analizar, evaluar y crear una imagen propositiva, a partir del razonamiento teórico-práctico de las ciencias de la comunicación.

1004 08 PROSPECTIVA ESTRATÉGICA

El alumno conocerá y aplicará las etapas del proceso de prospectiva estratégica; será capaz de usar la metodología para planear, proyectar, predecir, prevenir y pronosticar sobre cualquier hecho social. Conocerá y hará uso de las herramientas, así como de los conceptos clave para el análisis prospectivo en distintas áreas y especialidades.

1005 08 RELACIONES PÚBLICAS I

Comprender y conceptuar la importancia que tienen las relaciones públicas en la creación, el manejo, sostenimiento y control de la reputación como activo de las instituciones públicas y/o privadas, utilizando para ello técnicas, teorías de apoyo de investigación, así como medios de comunicación y evaluación, necesarias para la implementación y evaluación de un programa de las relaciones públicas.

1007 08 SOCIOLOGÍA DEL CINE

El alumno explicará al cine como fenómeno sociológico, para llegar a distinguirlo, con respecto a los otros medios de comunicación, como actividad económica y artística.

1618 08 LENGUAJE CINEMATOGRAFICO COMO CULTURA AUDIOVISUAL

El estudiante al involucrarse con el estudio de las características básicas del cine, en el devenir de la civilización contemporánea, podrá comprender la vigencia y trascendencia de este lenguaje, así como asimilar e identificar su proceso evolutivo.

1733 08 TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN SONORA

El propósito del curso, es que el alumno conozca y maneje el conjunto de técnicas y procedimientos que constituyen el quehacer de la producción radiofónica, particularmente conceptualizado, operando y diseñando materiales en la esfera de lo informativo. Para lograrlo, es necesario caracterizar el tipo de producción con base en el aprendizaje de sistemas, lenguajes y etapas del proceso productivo cuyo conjunto de técnicas y aplicación tecnológica permita al estudiante abordar los diferentes formatos informativos presentes en el ámbito radiofónico en el país.

1734 08 TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN DE IMÁGEN EN MOVIMIENTO

El propósito del curso es que el alumno aprenda, reconozca y domine todo el universo que comportan las técnicas, procedimientos e instrumentos tecnológicos, presentes en el quehacer de la producción televisiva. La perspectiva de la asignatura consiste en lograr que el estudiante conceptualice, opere y diseñe materiales en el ámbito de lo informativo. Para que esto sea posible, resulta necesario caracterizar el tipo o variable de producción a enfrentar, basado en el aprendizaje de sistemas, lenguajes y etapas que componen todo proceso productivo audiovisual. El conjunto de técnicas y aplicación tecnológica, una vez

asimiladas, permiten al educando abordar los diferentes formatos informativos que requieren y desarrollan las empresas televisivas o de video.

(*) 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.