



UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN
"EDUCAR PARA SERVIR"

CCC
AI
0196

PLAN Y PROGRAMAS DE ESTUDIO

ACTUALIZACIÓN 1997

**LICENCIATURA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

INTRODUCCIÓN

El ideario de la Universidad Cristóbal Colón sostiene que el objeto de la educación es la persona, y que ésta es un ser educable. Partiendo de esta base, concebimos la educación como una actividad centrada en la formación humana, orientada hacia el desarrollo del pensamiento crítico, de aprendizaje, y de la creatividad potenciada por un alto nivel académico, que sea motivadora, activa, respetuosa, actual e integradora.

Dentro de este marco, bajo el lema *Educación para servir*, la Universidad Cristóbal Colón tiene el compromiso de:

- Ofrecer a la comunidad veracruzana alternativas educativas pertinentes a su realidad y a las oportunidades socioculturales de la región.
- Desarrollar una enseñanza de calidad en la que sea posible una docencia pedagógicamente renovada, con un nivel científico moderno que esté relacionado con los actuales intereses de nuestra sociedad y que desarrolle integralmente a la persona.
- Fomentar la reflexión crítica y la investigación educativa en la universidad.
- Sustener una coherencia educativa, coordinando las líneas pedagógicas, la unidad de objetos y los criterios educativos que conforman a la Universidad.

La licenciatura en Ciencias de la Comunicación contribuye de manera importante al logro del compromiso que la universidad ha contraído con la comunidad. Para poder cumplir con él, se ha dado a la tarea de evaluar su actual plan de estudios y verificar si continúa dando respuesta a las demandas del contexto.

Para el logro de esta actividad se ha efectuado el diagnóstico externo e interno, que a continuación se resume.

JUSTIFICACIÓN

DIAGNÓSTICO EXTERNO

Este diagnóstico se basa en la consulta a egresados, informantes calificados y empleadores; en la realización de un análisis comparativo de las currícula de otras escuelas de Ciencias de la Comunicación, a la vez que en un estudio socioeconómico del entorno.

CONSULTA A EGRESADOS

Los egresados indican que se encuentran laborando en puestos de mandos medios y superiores. Las actividades que realizan los entrevistados son: reportero, conducción y producción de programas en televisión, coordinación de actividades del área de relaciones públicas, planeación de la programación en radio, capacitación de personal y promoción en el área de publicidad. Consideran que el plan de estudios actual es bueno, pero requiere que los contenidos sean actualizados así como vinculados con el mercado laboral.

CONSULTA A INFORMANTES CALIFICADOS Y EMPLEADORES

Los informantes calificados y empleadores señalan que es necesario formar profesionistas con una preparación sólida que les permita responder a los requerimientos del medio, a partir de una formación que les ofrezca elementos teóricos, técnicos y metodológicos, a fin de aplicarlos a las diversas circunstancias de su práctica laboral. Asimismo, señalan la necesidad de manejar el inglés técnico. A nivel de actitudes se sugiere promover en ellas la responsabilidad, la creatividad, que sean emprendedores y propositivos, capaces de autoemplearse.

COMPARACIÓN DE ALGUNOS PLANES DE ESTUDIO DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Las instituciones comparadas son: la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, la Universidad del Valle de México, la Universidad Autónoma Metropolitana, la Universidad Iberoamericana, la Universidad de Colima, la Universidad de las Américas, la Universidad Anáhuac, la Universidad Veracruzana y la Universidad Mesoamericana. La mayoría de las instituciones antes señaladas enfocan sus planes de estudio hacia lo social, lo político y su relación con los medios masivos de comunicación. Se observa una orientación del comunicólogo como profesional de la planeación, producción y control de materiales comunicativos en medios masivos, dejando de lado el aspecto individual e interpersonal. Se observa una tendencia al fomento de una conciencia crítica e investigadora ante los procesos de globalización y regionalización y su impacto en la sociedad.

En promedio las materias que conforman el plan de estudios es de 50 materias, en la mayoría de los casos se cursan en ocho semestres, con respecto a la organización curricular solo el caso de la organización curricular de la UAM es modular (UAM), mientras que los demás obedecen a una organización por asignaturas.

SITUACIÓN ECONÓMICA, POLÍTICA Y SOCIAL DEL ENTORNO

La economía mexicana está inserta en un contexto de oportunidades y amenazas, que son producto del enfrentamiento de bloques económicos: la Unión Europea, las naciones altamente industrializadas del pacífico asiático, las naciones socialistas que abren su economía, las naciones del este de Europa, las naciones africanas, el mundo árabe, el Mercosur y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Los desequilibrios de la economía mexicana, motivada por violentos cambios estructurales para pasar de una política económica cerrada y proteccionista a una economía abierta, se reflejan en una inflación descontrolada y cíclica, devaluación acelerada de la moneda, desempleo en un alto porcentaje de la población económicamente activa, industrialización poco competitiva y abandono y retraso en las actividades agropecuarias.

Uno de los pocos sectores de la economía mexicana que resulta en varios aspectos competitivo a nivel internacional, es el de la industria de la radio y la televisión, pues exporta gran parte de su producción a distintos países, incluso aquéllos que no son de habla hispana. Esto resulta fundamental para el desarrollo profesional del futuro

comunicólogo y para determinar algunos aspectos de soberanía cultural y hasta de penetración en otras sociedades, como la misma norteamericana.

El restringido desarrollo económico de la nación se ve reflejado de manera natural en su limitada evolución política. Sin embargo, se comienzan a dar algunos síntomas de cesión de espacios de poder a la oposición, tanto de derecha como de izquierda.

En este sentido, el partido que ha gobernado a la nación en los últimos 65 años, se está viendo obligado a revisar sus procesos de difusión propagandística, al enfrentarse, cada día más, a procesos de competencia más equitativos. Lo mismo sucede con los partidos de oposición que se enfrentan a la urgencia de modernizar sus técnicas propagandísticas.

Estas nuevas reglas del juego para el partido gobernante y los de oposición, crean naturales opciones de desempeño para los profesionales de la comunicación.

Por otro lado, la apertura comercial de la nación conlleva una mayor exposición a distintas formas de discurso y valores culturales provenientes de otras latitudes, especialmente los que tiene origen en las grandes potencias anglosajonas, que se presentan como socios de México en el Tratado de Libre Comercio. De esta manera, el Estado mexicano se ve obligado a fortalecer sus órganos de difusión cultural e ideológica para poder mantener la esencia cultural del pueblo que representa y hacer valer su visión de la realidad, ante diferencias culturales de gran magnitud y en algunos casos hasta antagónicas. En este proceso, el papel político del comunicólogo, formado en los valores nacionalistas, tiene un peso estratégico fundamental.

La nación mexicana enfrenta la necesidad de resolver resagos culturales muy significativos, debidos al abandono de importantes sectores de la sociedad, sobre todo en las zonas rurales, pero sin olvidar a quienes habitan las zonas deprimidas de las concentraciones urbanas. La cultura mestiza, detentada por la mayoría de la población después de desplazar y marcar diferencias con la cultura española y la indígena que le dieron origen desde los inicios de la colonia, ha relegado económica, política y culturalmente a las decenas de etnias autóctonas que existen en la nación, manteniéndolas aisladas en comunidades serranas, desprovistas de los servicios básicos de la sociedad moderna.

En este sentido, la cultura dominante parece tratar de negar la realidad de millones de personas que mantienen valores distintos a los de una civilización globalizada y modernista. Esta situación ha generado grandes conflictos en una nación que tiene un pie en la cultura de la comunicación vía satélite y el otro en la sociedad rural, basada en una economía de parcela familiar de temporal.

Asimismo, el desempleo y el subempleo han creado, en las grandes concentraciones urbanas, sectores de población que detentan una cultura de la subsistencia, reflejo de su desarraigo del resto de la sociedad. Sociedad que les ha negado la posibilidad de acceder a los bienes esenciales para mantener niveles de dignidad humana y otros que la misma sociedad de consumo les presenta como garantías de satisfacción de sus necesidades.

Otros grandes marcos culturales que entran en juego en la sociedad mexicana son aquellos de quienes sí forman parte de los procesos productivos de la economía formal:

- Los campesinos, depauperados en su mayoría por el atraso económico, político y social de las estructuras agrarias de la nación.
- Los obreros, que han visto desaparecer, en aras de la modernidad, sus contratos colectivos de trabajo y el poder político de sus centrales sindicales, junto con el poder adquisitivo de sus salarios.
- Los profesionistas y empleados, identificados como la "clase media", quienes se aferran a costumbres y valores de status, a pesar de que las condiciones generales de la nación les han impuesto niveles de satisfacción cada día más parecidos a los del sector obrero, en la medida que estos últimos se vuelvan más especializados y puedan aspirar a mejores salarios y los profesionales encaran una mayor competencia como resultado del desempleo generalizado, que abarata su oferta de servicios profesionales.
- Los grandes industriales, comerciantes y propietarios de los bienes de producción, el grupo más pequeño de todos, que obtienen ganancias enormes, a la altura de las grandes fortunas de los países industrializados.

En este marco de enormes diferencias sociales, el comunicólogo mexicano tiene la responsabilidad social de ser catalizador de las grandes inquietudes de los distintos sectores y propulsor de una cultura globalizadora de las subculturas de cada clase o estrato social. Esto le lleva a cabo mediatizando las formas discursivas de cada grupo social, al mismo tiempo que cumple con las funciones que se le encomienda en las instituciones en las que se inserta como profesional asalariado, reproduciendo el discurso institucional.

DIAGNÓSTICO INTERNO

Es un elemento de peso que incide en la reestructuración del plan de estudios debido al análisis de la congruencia interna y su relación con el entorno.

OBJETIVOS DEL PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE

Los objetivos generales que plantea el plan de estudios son los siguientes:

Investigar y resolver problemas de comunicación en los sistemas sociales.

Diseñar políticas, programas y sistemas de comunicación, basándose en el análisis y presentación de mensajes al servicio de la comunicación.

Tener una actitud de servicio a la comunidad, responsable de la utilización de técnicas y manejo de información, valorando el factor humano como centro de sus acciones, identificando los principios y leyes que rigen el comportamiento individual y grupal, como parte de los rasgos fundamentales de la cultura.

Identificar cada uno de los elementos que permiten una comunicación efectiva a través de los medios masivos, por lo cual habrán vivenciado prácticas profesionales que lo vincularían con las características de la prensa, el radio, la televisión, el cine, de tal manera que comprenda integralmente su participación en los medios.

Investigar la problemática del entorno social y sus implicaciones con las ciencias de la comunicación identificando sus interacciones con otras áreas de las ciencias y del conocimiento en general.

Elaborar los mensajes necesarios para difundir por medios de comunicación interpersonal, grupal o colectiva los objetivos y políticas internas y externas de una organización.

Evaluar las necesidades de comunicación de los públicos internos, mixtos y externos de una organización identificando sus características y relación con ésta.

Se requiere precisar el objetivo de la licenciatura, pues se asemeja al con el perfil de egreso, asimismo es necesario vincularlo con el análisis del contexto.

MAPA Y ÁREAS CURRICULARES

Al mapa curricular lo componen 54 materias, repartidas en 8 semestres, con un total de 344 créditos (134 teóricos y 76 prácticos).

Las áreas curriculares que integran el plan de estudios son: formación, investigación, planificación y producción. Al analizar el plan de estudios se observa que las materias que lo integran responden a ámbitos diferentes y no mantienen una lógica con respecto a la clasificación que se hizo.

CONTENIDO TEMÁTICO

Algunos contenidos planteados en los programas de las materias se ha desactualizado así como en algunos casos se observa repetición

OBJETIVO GENERAL, PRINCIPIOS INSTITUCIONALES, PERFIL DE EGRESO Y ESTRUCTURA CURRICULAR.

El plan de estudios en su apartado relativo a objetivo de la licenciatura establece un similar al perfil de egreso y no a los objetivos, por lo que se observa una ausencia de este elemento.

Se identifica la congruencia entre el enfoque del plan de estudios y el perfil de egreso, ya que enfatiza los medios los medios masivos de comunicación, el compromiso social, la producción y el avance tecnológico en su aplicación al campo laboral.

Con respecto a los principios institucionales contempla un enfoque humanista, sin embargo los objetivos y la estructura curricular no lo distinguen.

Algunas materias no corresponden al perfil de egreso como es el caso de filosofía, psicología social y sociología. En relación a los créditos, horas teóricas y prácticas se observan criterios diferentes para a su asignación, y se presenta una incidencia de lo teórico sobre lo práctico.

LÍNEAS CURRICULARES

Integran al plan de estudios cuatro líneas: formación, investigación, planificación y producción. El criterio para la clasificación que se siguió de acuerdo al análisis, se organiza en función de niveles de conocimiento y no de áreas. Por ejemplo la línea curricular de a formación contiene conocimientos básicos, mientras que la producción contempla la aplicación.

La articulación que se hizo de las líneas curriculares dificulta la evaluación y operación del mismo.

Con respecto a la estructura de las líneas curriculares:

- La de formación es ambigua y no permite identificar el énfasis en la formación profesional.
- investigación se orienta únicamente hacia un solo paradigma de investigación.
- Planificación se refiere a la planeación y no a la planificación.

CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS

Algunos contenidos resultan incongruentes con el nombre de la materia asimismo se presentan algunas incongruencias entre las materias como es el caso:

- En Teoría de la comunicación y Sociología de la comunicación se repiten contenidos.
- En Semiótica se contempla teoría de la imagen y no se relaciona con el objetivo de la asignatura.
- Mercadotecnia y Análisis y técnicas de los medios se ubican en el mismo semestre, y la primera es prerrequisito para la segunda.

- En las materias correspondientes a investigación se aborda su estudio solo desde una perspectiva, cuando sería recomendable un marco más amplio que satisfaga la formación del comunicólogo.
- La asignatura de Psicología de la comunicación aborda temas propios de Publicidad.
- Las materias de: Historia de los medios de comunicación, Introducción a la comunicación, Psicología social, Economía, Sociología de la comunicación, Fotografía II, técnicas de producción impresa, computación I y II, Análisis y técnicas de los medios, Comunicación social II y Taller de medios de comunicación masiva son materias que se proponen desaparezcan en función de los contenidos que tienen ya que algunos son repetidos, y otros desactualizados.
- En lo que respecta a Taller de expresión oral y escrita, Historia de la cultura I y II, Fotografía I, Metodología de la investigación I y II, Filosofía de la comunicación, Teoría radiofónica, Taller de televisión I, Investigación de la comunicación I y II, Publicidad, Comunicación social I, Seminario de producción de multimedia, Teoría de crítica del cine, Problemas contemporáneos de México, Ética profesional y Seminario de titulación se proponen que cambien de nombre y algunas que replanteen su orientación.
- Las materias de Taller de expresión oral y escrita, Fotografía I, Psicología de la comunicación, Teoría del lenguaje, Filosofía de la comunicación, Semiótica, Comunicación organizacional, Taller de periodismo impreso, Teoría de la comunicación televisiva, Legislación de los medios, Guionismo, Taller de radio I, Taller de diseño gráfico, Taller de televisión, Taller de producción de textos, Análisis crítico de la comunicación, Seminario de producción multimedia, Teoría y crítica del cine y Seminario integrador de la comunicación es necesario que se reubiquen en el mapa curricular.

METODOLOGÍA DIDÁCTICA

Las estrategias de aprendizaje que proponen los programas de las materias no siempre corresponden a los objetivos de aprendizaje, ya que en su mayoría se emplea como método de enseñanza la técnica expositiva. Los mecanismos de evaluación no siempre corresponden a las características de las materias y de los objetivos de aprendizaje.

BIBLIOGRAFÍA

La bibliografía en la mayoría se encuentra desactualizada, corresponde a ediciones anteriores a 1992.

TITULACIÓN

La elaboración de tesis ha sido el único medio para titularse, por lo que el brindar nuevas alternativas se puede ver favorecido el número de egresados titulados. Aunque el número de titulados aún es reducido debido a que en semestre 95-2 egreso apenas la primera generación.

NECESIDADES DETECTADAS

De acuerdo a los resultados de los diagnósticos externo e interno se propone lo siguiente:

- Plantear un objetivo de la licenciatura que englobe la formación a la que se aspira.
- Establecer un perfil general del licenciado en ciencias de la comunicación que defina los conocimientos, habilidades y valores necesarias para el ejercicio de la profesión.
- Replantear las líneas curriculares en función de las áreas de conocimiento y no de los niveles.
- Eliminar las asignaturas que no respondan al perfil de egreso.
- Actualizar los contenidos de los programas de las materias con relación a las necesidades del contexto.
- Actualizar la bibliografía.
- Promover estrategias de enseñanza más operativas.
- Establecer mecanismos de evaluación acordes a la propuesta del nuevo plan de estudios.
- Promover la investigación tanto formativa como profesional, a partir de paradigmas que respondan a las necesidades de las diversas actividades del comunicólogo.

A continuación se presentan los cambios considerados como necesarios en el currículum:

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

OBJETIVO GENERAL DE LA LICENCIATURA

Formar intelectuales estrategias de la comunicación con conocimientos científicos, habilidades y valores que les permitan evaluar y aprovechar los componentes socio-culturales de los actos comunicativos, en bien de la sociedad.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

1. Formar un intelectual de la comunicación que analice las implicaciones históricas, sociales, culturales, políticas y económicas de los actos comunicativos generados en la comunicación intrapersonal, interpersonal, comunicación intermedia y masiva.
2. Formar un estrategia de la comunicación comprometido con una sociedad mexicana en proceso de democratización, que aproveche las cualidades de la comunicación alternativa.
3. Formar en el comunicólogo una visión objetiva de la realidad mexicana para efficientar recursos materiales, humanos, financieros y tecnológicos, al momento de obtener un producto comunicativo.
4. Desarrollar habilidades psicomotrices que le permitan manipular las herramientas tecnológicas a su alcance, en diferentes campos de la comunicación y ámbitos sociales.
5. Promover una actitud crítica y responsable en el comunicólogo, más allá de la emisión del mensaje.

6. Trascender en el alumno la misión de la universidad de educar para servir, en su ejercicio profesional, al conjunto social en el que se encuentra inmerso, con énfasis en su comunidad y su nación.

PERFIL DE EGRESO

Se conforma por los conocimientos, habilidades y destrezas, así como valores y actitudes que el egresado de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación debe poseer:

a) CONOCIMIENTOS:

El egresado de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación será capaz de:

- * Analizar las implicaciones histórico-culturales de los distintos procesos de comunicación.
- * Identificar las interrelaciones de la esfera político-económica de la comunicación, generada en sociedad.
- * Diseñar estrategias de comunicación en sus diversos ámbitos: interpersonal, intermedia, masiva y alternativa.
- * Diseñar estrategias de comunicación e imagen, que faciliten el logro de los objetivos de instituciones, empresas e individuos.
- * Diseñar estrategias de comunicación en el ámbito de la esfera pública, que permitan el libre flujo y manifestación de las ideas y la innovación de lo establecido, en beneficio de la sociedad.
- * Optimizar la utilización de recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, en el diseño de estrategias de comunicación.

b) HABILIDADES

- * Producir mensajes, explotando las cualidades de producción, difusión y recepción de los medios impresos, auditivos, visuales y audiovisuales, de acuerdo a las características del público al que se dirigen y los objetivos previos.
- * Producir textos literarios que recuperen las cualidades del guión en su proceso de adaptación y traducción continua.
- * Manejar la tecnología aplicada a los medios.

c) VALORES Y ACTITUDES

La Universidad Cristóbal Colón sustenta la formación de sus egresados en la filosofía calasancia y los principios del humanismo cristiano. Por eso, entre las actitudes y valores que adquiere el egresado se encuentran: Compromiso con la promoción de la convivencia, basada en el respeto a la opinión pública.

- * Aprecio por las diversas expresiones del arte como construcción histórico-social y estética.
- * Conciencia y compromiso ético y responsable, ante las posibilidades de manipulación social que ofrecen su ámbito de acción y su preparación profesional, al momento de la construcción e interpretación de procesos comunicativos.
- * Responsabilidad social ante los mensajes que se construyen y se difunden intencionalmente, en sus diversos campos de acción.

Compromiso de preservar y ayudar a fortalecer y difundir los valores de su cultura regional y nacional, ante un proceso globalizador de despersonalización

EJERCICIO PROFESIONAL

El profesional de las Ciencias de la Comunicación desempeña diversas actividades entre las que destacan:

- fotógrafo, camarógrafo, guionista, editor, diseñador, productor, administrador de medios, catedrático o puestos directivos en instituciones educativas.
- fotógrafo, redactor, reportero, editor o puestos directos de empresas periodísticas.
- operador, redactor, reportero, guionista, asistente de producción, conductor, productor, director o puestos directivos en empresas radiofónicas.
- camarógrafo, asistente de producción, redactor, reportero, editor, guionista, conductor, productor, director o puestos directivos de empresas televisores.
- redactor, diseñador, ejecutivo de cuenta y puestos directivos en agencias de publicidad.
- fotógrafo, redactor, diseñador, analista, editor, jefe de oficina o puestos directivos del sector público.
- auxiliar, analista, gerente o puestos directivos en el sector privado.
- fotógrafo, camarógrafo, diseñador, redactor, analista, editor, jefe de oficina o jefe de campaña en los partidos políticos.

CAMPO DE TRABAJO

El licenciado en Ciencias de la Comunicación se puede insertar en los siguientes medios:

- instituciones educativas.
- empresas periodísticas.
- empresas radiofónicas.
- empresas televisivas.
- agencias de publicidad.
- sector público (áreas de comunicación social de oficinas de gobierno, organismos y empresas públicas, a nivel federal, estatal o municipal).
- empresas privadas, industriales, comerciales o de servicio (áreas de capacitación, integración de recursos humanos, mercadotecnia, comunicación organizacional o relaciones públicas).

LÍNEAS DEL CURRÍCULUM

Se encuentra integrado por las siguientes líneas:

ÁREA DE TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN: su objetivo es brindar los elementos teórico-técnicos que le permitan al comunicólogo explicar los elementos que caracterizan los diferentes tipos de comunicación.

Las asignaturas que integran la línea son: Lingüística, Psicología, Teoría del lenguaje, Teoría del periodismo, Semiótica I y II, Paradigmas de la comunicación, Teoría de la comunicación, Teoría del periodismo, Seminario de fotografía, Historia de la cinematografía, Teoría de la comunicación telefónica, Taller de fotografía, Teoría de la comunicación televisiva, Teoría y crítica cinematográfica, Análisis mercadológico de los medios masivos, Comunicación del Estado, Comunicación organizacional, Análisis crítico de la comunicación, Relaciones públicas, Opinión pública, Seminario integrador de la comunicación y Seminario de publicidad y propaganda

ÁREA DE PRODUCCIÓN: tiene por objetivo brindar elementos técnicos que le permitan al comunicólogo realizar producciones para los diferentes medios de la comunicación.

Las asignaturas que integran el área son: Taller de expresión oral, Computación para el diseño, Guionismo I y II, Taller de periodismo impreso, Computación multimedia, Taller de diseño gráfico, Taller de audio, taller de video, Taller de publicidad, Seminario de producción multimedia, Taller de producción de textos y Tecnología de la comunicación.

ÁREA DEL CONTEXTO SOCIOCULTURAL: su objetivo es brindar elementos que le permita explicar las actividades que realiza el comunicólogo.

Las asignaturas que integran el área son: Apreciación del arte, Filosofía, Hombre y cultura I y II, Deontología, Teoría de la administración, Legislación, Análisis de la realidad mundial, Mercadotecnia, Literatura contemporánea, Creación de empresas e Taller de producción en inglés.

ÁREA DE INVESTIGACIÓN: tiene por objetivo aportar conocimientos necesarios con respecto a las metodología de la investigación encaminados a la realización de trabajos que retroalimenten su quehacer y expliquen su realidad.

Las asignaturas que integran el área son: Investigación y comunicación, Paradigmas de investigación, Estadística descriptiva e inferencial, Investigación empírico-análítica, Investigación hermenéutico-crítica y Seminario de titulación.

ÁREA DE HUMANIDADES: tiene por objetivo promover la capacidad de reflexionar acerca de la naturaleza humana y algunos elementos de su problemática y la incidencia de éstos en su quehacer profesional.

Las materias que integran el área son: Seminario de introducción al problema del hombre, Seminario de análisis de la realidad contemporánea de México, Seminario de la problemática existencial del hombre contemporáneo, Seminario de ética y práctica profesional.

REQUISITOS DE TITULACIÓN

Para poder efectuar los trámites de titulación, los egresados de Ingeniería Industrial deberán cumplir los requisitos de titulación señalados en el reglamento de alumnos, así como:

- Estudios curriculares: haber aprobado todas las materias del plan de estudios vigente.
 - Servicio social: los egresados deben mostrar una carta de liberación cubriendo los requisitos establecidos por el departamento de servicios escolares de la institución.
 - Créditos de formación integral: los egresados deberán haber cumplido con seis créditos durante los dos primeros semestres, siendo tres para actividades culturales (primer semestre) y tres para actividades deportivas (segundo semestre).
 - Haber cursado dos semestres de informática, que deberán acreditar para inscribirse en tercer semestre.
- Haber acreditado cursos de inglés básico.

EVALUACIÓN CURRICULAR

La metodología para la evaluación curricular que se implemento en la institución para la revisión curricular es la siguiente:

El **DIAGNÓSTICO EXTERNO** consiste en el análisis de las condiciones y tendencias del contexto social donde se encuentra inmerso el profesionista, a fin de evaluar y vincular la formación que posee con las exigencias del mercado ocupacional y los retos del desarrollo socioeconómico local, regional, nacional e internacional, con el objeto de proponer un perfil de egreso congruente con los requerimientos sociales.

Los aspectos a estudiar son:

- Características del ejercicio de la profesión en la región.
- La demanda laboral actual y potencial.
- El análisis de modelos educativos de otras universidades.
- Las normas o requisitos de calidad dictados por instancias rectoras en el campo profesional.
- Análisis del contexto social, político y económico actual y su prospectiva.

A continuación se presenta una breve descripción de los aspectos señalados:

Características del ejercicio de la profesión en la región: consiste en la identificación de los ámbitos y niveles de desarrollo del ejercicio profesional, así como las prácticas profesionales y las necesidades que va a atender en los diferente sectores.

La demanda laboral actual y potencial: consiste en la identificación de las oportunidades de empleo, en los distintos sectores y ámbitos laborales, así como las fuentes de trabajo, en función de las necesidades sociales a que debe responder.

Análisis del contexto social, político y económico actual y su prospectiva: consiste en la caracterización de la situación social, política, económica, cultural y tecnológica en que se enmarca la profesión y la construcción de una

prospectiva, a partir de escenarios posibles, que permitan determinar las condiciones de desarrollo de la profesión en el futuro próximo y a mediano plazo.

El análisis de modelos educativos de otras universidades: implica la consideración de planes de estudio de programas afines, en instituciones de prestigio con objeto de conocer su modelo educativo, sus tendencias, líneas de formación o especialización, es decir, identificar la opciones e innovaciones que compiten con el programa que ofrece la institución.

Las normas o requisitos de calidad dictados por instancias rectoras en el campo profesional: es importante considerar los requerimientos de calidad establecidos por instancias educativas y profesionales, como FIMPES, ANUIES, CONAIEVA, ANFECA (Asoc. Nat. de Fac. y Esc. de Contaduría y Administración), CACEI (Consejo de Calidad de Estudios de Ingeniería), CNEIP (Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Psicología en México), Estándares de Calidad para Programas Académicos de Licenciatura y Posgrado en Derecho, etc.

El DIAGNÓSTICO INTERNO es una fase del proceso de análisis curricular que consiste en el análisis de aquellos aspectos que constituyen, caracterizan y determinan un plan de estudios, con el objeto de evaluar:

Su congruencia con los principios y objetivos institucionales,

Su coherencia interna y

Su operación, a partir de los mecanismos y los objetivos planteados.

El resultado de este proceso permitirá identificar problemas y fortalezas del plan de estudios vigente, para proponer las modificaciones o las reestructuraciones que se juzguen pertinentes.

Los aspectos a estudiar son:

- Antecedentes o perspectiva histórica del programa educativo y situación vigente.
- El plan de estudios.
- Profesorado.
- Alumnado.
- Operación del plan de estudios.

A continuación se presenta una breve descripción de los aspectos señalados, así como algunos indicadores a considerar para su análisis:

El análisis de los *antecedentes o perspectiva histórica y situación vigente* implica la recuperación de información sobre aquellos protagonistas, acciones y acontecimientos relevantes en la historia del programa de estudios, desde su creación hasta el presente, que fundamentan y explican la situación actual del programa educativo, sus fortalezas y debilidades.

Con referencia a *personal docente* se consideran las características de los docentes del programa de estudios, con relación a las requeridas por cada programa de estudio, en particular, y el plan de estudios, en general. Con base en este análisis se reconsiderará el perfil del docente para el programa.

Respecto al *alumnado* se obtiene información descriptiva, cuantitativa y cualitativa, sobre la matrícula, se identifica el perfil de ingreso de los estudiantes, sus expectativas con referencia al plan de estudios y el desarrollo de su profesión, así como los índices y factores que intervienen en el aprovechamiento, reprobación, deserción, egreso y titulación de los estudiantes, para confrontar la pertinencia y congruencia con el plan de estudios y su desarrollo operativo.

Por lo que toca al *plan de estudios* se examinan sus componentes a fin de determinar su coherencia interna, su congruencia y pertinencia:

Funcionamiento del plan de estudios: es la parte del estudio que se enfoca hacia los hechos de la realidad, de manera que permita valorar y evaluar cómo se ha concretado el plan de estudios, su congruencia con lo planeado, qué problemas presenta y qué modificaciones y alternativas se han ido probando.

Para la valoración de este aspecto se considera información obtenida en los rubros anteriores

Finalmente, se confrontará, analizará e integrará la información derivada del estudio de los aspectos antes descritos y se elaborará un informe que:

- Presente de manera resumida la información relevante de los diagnósticos.
- Identifique las fortalezas y ventajas del plan de estudios.
- Identifique las problemáticas más importantes.
- Proponga alternativas de solución a los problemas o deficiencias identificadas.

En virtud de que el análisis curricular implica diversas acciones, algunas muy puntuales y otras más amplias, algunas a realizarse en periodos cortos y otros a plazos más largos. Es necesario que cada licenciatura elabore un programa que prevea actividades de evaluación y actualización permanente del programa, donde se ubiquen momentos intensivos de obtención y análisis de información, así como de informes que permitan tomar decisiones oportunas, tanto para efectuar ajustes internos, como aquellos de mayor trascendencia para el plan de estudios.

Asimismo, no se trata de un trabajo lineal, sino sistémico, es decir, cada uno de los aspectos y sus indicadores están interrelacionados, de tal manera que al analizar una información obtendremos conclusiones o datos relacionados con otros aspectos o indicadores, que los complementan, explican o incluso determinan. Por otra parte, puede resultar laboriosa la recuperación inicial de información, sin embargo, posteriormente sólo será necesaria la actualización o complementación de esos datos.

RESUMEN DE LAS MODIFICACIONES A LA LICENCIATURA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN QUE SE INCORPORAN AL PLAN DE ESTUDIOS

ASIGNATURAS QUE SE ELIMINAN	ASIGNATURAS QUE CAMBIARON DE SEMESTRE	ASIGNATURAS QUE ACTUALIZAN SU CONTENIDO	ASIGNATURAS QUE CAMBIARON DE NOMBRE	ASIGNATURAS QUE SE INCORPORAN
<ul style="list-style-type: none"> Historia de los medios de comunicación a la comunicación general Sociología general Economía Metodología de la investigación I y II Sociología de la comunicación Fotografía I y II Teoría de la comunicación II Técnicas de producción Impresa Computación I y II Análisis y técnicas de los medios Taller de televisión I y II Taller de radio I y II Administración de los medios Comunicación social I y II Investigación de la comunicación Problemas contemporáneos de México Taller de medios de comunicación masiva 	<ul style="list-style-type: none"> Teoría del lenguaje Comunicación organizacional Taller de periodismo Impreso Teoría de la comunicación televisiva Opinión pública Taller de diseño gráfico Taller de producción de textos Análisis crítico de la comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> Mercadotecnia Relaciones públicas Taller de publicidad Seminario de titulación 	<ul style="list-style-type: none"> Taller de expresión oral Hombre y cultural I y II Psicología Teoría de la comunicación Teoría del periodismo Filosofía Semiótica I Legislación Teoría de la comunicación radiofónica Guionismo I y II Investigación y comunicación Taller de publicidad Teoría y crítica cinematográfica Seminario de producción multimedia Seminario integrador de la comunicación Seminario de ética y práctica profesional 	<ul style="list-style-type: none"> Linguística Apreciación del arte Teoría de la administración Deontología Paradigmas de investigación Seminario de introducción al problema del hombre Paradigmas de comunicación Semiótica II Seminario de fotografía Seminario de análisis de la realidad contemporánea en México Estadística descriptiva e inferencial Guionismo II Computación para el diseño Historia de la cinematografía Seminario de la problemática existencial del hombre contemporáneo Taller de audio Computación multimedia Investigación empírico-analítica Seminario de publicidad y propaganda Taller de video Comunicación del estado Análisis mercadológico de los medios

SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR E INVESTIGACIÓN
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR
UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PLAN DE ESTUDIOS

VIGENCIA:

ANTECEDENTES ACADÉMICOS
 DE INGRESO DEL ALUMNO:
 Bachillerato o equivalente

TIPO DE CICLO: SEMESTRAL

DURACIÓN (SEMANAS EFECTIVAS DE CLASE): 16 SEMANAS

CLAVE D.G.E.S.: _____

LISTA DE ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS SEMANALES		CRÉDITOS	TALLER O LABORATORIO
			TEOR.	PRACT.		
Primer semestre						
Teoría del lenguaje	0101		6	0	12	
Lingüística	0102		2	2	6	
Psicología	0103		4	1	9	
Investigación y comunicación	0104		2	2	6	
Hombre y cultura I	0105		5	0	10	
Filosofía	0106		3	1	7	
Apreciación del arte	0107		2	2	6	
Total			24	8	56	

LISTA DE ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS SEMANALES		CRÉDITOS	TALLER O LABORATORIO
			TEOR.	PRÁCT.		
Segundo semestre						
Teoría de la comunicación	0208		3	0	6	
Semiótica I	0209		3	1	7	
Teoría del periodismo	0210		3	1	7	
Teoría de la administración	0211		4	0	8	
Deontología	0212		2	1	5	
Hombre y cultura II	0213	0105	5	0	10	
Paradigmas de investigación	0214		4	0	8	
Total			24	3	51	
Tercer semestre						
Paradigmas de la comunicación I	0315		3	0	6	
Semiótica II	0316	0209	2	2	6	
Taller de periodismo impreso	0317		1	5	7	T
Seminario de fotografía	0318		2	3	7	
Guionismo I	0319		1	3	5	
Legislación	0320		4	0	8	
Seminario de introducción al problema del hombre	0321		1	2	4	
Total			14	15	43	

LISTA DE ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS SEMANALES		CRÉDITOS	TALLER O LABORATORIO
			TEOR	PRÁCT		
Cuarto semestre						
Teoría de la comunicación radiofónica	0422		4	0	8	
Estadística descriptiva e inferencial	0423		4	0	8	T
Taller de fotografía	0424		1	4	6	
Taller de expresión oral	0425		1	2	4	T
Guionismo II	0426	0319	1	3	5	
Computación para el diseño	0427		1	3	5	
Historia de la cinematografía	0428		4	0	8	
Seminario de análisis de la realidad contemporánea de México	0429		1	2	4	
Total			17	14	48	
Quinto semestre						
Teoría y crítica cinematográfica	0530		3	1	7	
Teoría de la comunicación televisiva	0531		4	0	8	
Taller de diseño gráfico	0532		1	4	6	T
Taller de audio	0533		1	5	7	T
Mercadotecnia	0534		3	1	7	
Computación multimedia	0535		1	5	7	
Investigación empírico - analítica	0536		1	3	5	
Seminario de la problemática existencial del hombre contemporáneo	0537		1	2	4	
Total			15	21	51	

LISTA DE ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS SEMANALES		CRÉDITOS	TALLER O LABORATORIO
			TEOR.	PRÁCT.		
Séxto semestre						
Seminario de publicidad y propaganda	0638		2	2	6	
Taller de vídeo	0639		1	5	7	T
Comunicación del Estado	0640		3	1	7	
Comunicación organizacional	0641		3	1	7	
Análisis crítico de la comunicación	0642		2	2	6	
Análisis mercadológico de los medios masivos	0643		2	2	6	
Investigación hermenéutica crítica	0644		2	2	6	
Total			15	15	45	
Séptimo semestre						
Tecnología de la comunicación	0745		3	1	7	
Taller de publicidad	0746		1	3	5	T
Seminario integrador de la comunicación	0747		1	3	5	
Relaciones públicas	0748		3	1	7	
Opinión pública	0749		3	1	7	
Literatura contemporánea	0750		3	1	7	
Análisis de la realidad mundial	0751		2	2	6	
Total			16	12	44	

LISTA DE ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS SEMANALES		CRÉDITOS	TALLER O LABORATORIO
			TEOR.	PRÁCT.		
Octavo semestre						
Seminario de producción multimedios	0852		1	5	7	
Taller de producción de textos	0853		1	4	6	T
Creación de empresas	0854		2	2	6	
Taller de producción en inglés	0855		1	3	5	T
Seminario de ética y práctica profesional	0856		1	2	4	
Seminario de titulación	0857		1	2	4	
Total			7	18	32	
TOTAL GLOBAL			132	106	370	

México, D. F., a _____ de _____ de 199__.

MTRA. ALICIA GARCÍA DÍAZ MIRON
DIRECTOR GENERAL ACADÉMICO
U. C. C.

DIRECTOR DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES
PARTICULARES, S.E.P.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ TEORÍAS DEL LENGUAJE _____

2. CICLO: _____ 1º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0101 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno comprenderá los distintos elementos que conforman las teorías del lenguaje.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. El lenguaje.
 - a. Qué es un sistema de lenguaje.
 - b. Cómo funciona el lenguaje.
 - c. Características generales del lenguaje.
 - d. Distintos entonques y usos del lenguaje.
2. Avances en las teorías del lenguaje.
 - a. Un problema lingüístico.
 - b. Un problema sociológico.
 - c. Un problema psicológico.
 - d. Un problema lógico.
3. Modelos de las teorías del lenguaje.
 - a. Ferdinand de Saussure, una teoría lingüística:
 - Concepto de signo.
 - Naturaleza del signo lingüístico.
 - Principios del signo lingüístico.
 - Mutabilidad e inmutabilidad.
 - Paradigma y sintagma

(Continúa)

- b. Charles S Peirce, una teoría filosófica.
 - Concepto de signo.
 - Objeto, referente e interpretación.
 - La semiosis, convención social.
 - Asociaciones significantes, signos artificiales y naturales.
4. Elementos fundamentales en las teorías del lenguaje.
 - a. El significado. Dualidad del significado:
 - Teorías conceptuales del significado.
 - Teorías contextuales del significado.
 - b. La significación. La función semántica.
 - Sentidos y efectos de sentido.
 - Creación y evolución semántica.
 - Causas y formas de los cambios de sentido.
5. Nuevos enfoques de los modelos.
 - a. Teoría de la acción comunicativa. Jürgen Habermas
 - b. Pragmática trascendental del lenguaje. Karl- Otto Apel.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental documental.
Discusión dirigidas.
Elaboración de ensayos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFIA:

DE SAUSSURE, Ferdinand, Curso de lingüística general, 3ª ed., Ed. Fontamara, México, 1988.
GUIRAUD, Pierre, La semántica, s.e., Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1988.
ACEROF, J.J., Filosofía y análisis del lenguaje, s.e., Ed. Cincel, Barcelona, 1986.
BERRUTO, Gaetano, La semántica, s.e., Ed. Nueva imagen, México, 1979.
ROBINSON, W.P, Lenguaje y conducta social, s.e., Ed. Trillas, México, 1978.
HABERMAS, Jürgen, Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos, 1ª ed., Ed. Cátedra, Madrid, 1989.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ LINGÜÍSTICA _____

2. CICLO: _____ 1º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0102 _____

4. OBJETIVO(S) GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno aplicará los elementos del las áreas básicas de la lingüística en los procesos funcionales y disfuncionales de la comunicación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Introducción a la lingüística.
 - a. Objeto de la lingüística. Lingüística general, teórica y aplicada.
 - b. Conceptos fundamentales: lenguaje, lengua, acto lingüístico, isoglosas, filología.
 - c. El uso y la confiabilidad de las referencias de lo correcto:
 - La Real Academia de la Lengua Española.
 - Los libros de gramática.
 - Los diccionarios.
 - Los escritores prestigiosos.
 - Los líderes de opinión.
2. la vida de los sonidos. Funciones y disfunciones de la Fonética y la Fonología.
 - a. Fonética y Fonología. Objetos de estudio. Su interrelación, unidades en la descripción: fonó, fonema, alófono, sistema vocálico, consonántico.
 - b. Descripción del sonido articulado: cavidades infragloticas, laringea, supragloticas, velo paladar, modo de articulación, lugar de articulación.

(Continúa)

- c. Silaba: tipos silábicos, hiatos, diptongos, triptongos
 - d. Acento y entonación: rasgos prosódicos, acento, palabras átonas, esquemas acentuados
3. La vida de las palabras: Funciones . y transformaciones en la morfología.
 - a. Objeto de la morfología. Niveles del análisis lingüístico
 - b. La operatividad de la morfología palabra, forma lexema, flexión, derivación, composición.
 - c. Unidades: morfo, alomorfo, morfema orden, distribución condicionada, supletividad.
 - d. Morfonología: asimilación, disimulación, reduplicación, metátesis, elisión.
 4. ¿Qué es lo correcto?. Reflexiones sobre gramática y su aplicación.
 - a. Objeto de la gramática. Tipos de gramática.
 - b. El uso de la gramática en los niveles y procesos comunicativos:
 - Niveles de corrección en el lenguaje.
 - El habla común, cotidiana.
 - El nivel culto.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Lecturas comentadas.
Discusión dirigidas.
Ejercicios fonéticos y fonológico.
Ejercicios morfológicos con etimología.
Ejercicios de corrección de estilo.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

COSEIRIU, Eugenio, Introducción a la lingüística, s. e., Ed. UNAM, México, 1990.
ALARCOS Llorach, Emilio, Gramática de la lengua española, s. e., Ed. Espasa Calpe, España, 1994.
SECO, Manuel, Gramática esencial del español, s. e., Ed. Aguilar, México, 1972.
MATTHEWS, P. H., "Evolución de la morfología en los últimos años", Nuevos horizontes de la lingüística, s. e., Ed. Alianza Universidad, México, 1975.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ PSICOLOGIA _____

2. CICLO: _____ 1º SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0103 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno analizará las condiciones histórico-culturales en el desarrollo de las potencialidades cognitivo-afectivas del ser humano.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. El ser humano multidimensional: social, cognitivo, afectivo.
 - a. Factores genéticos y condicionantes ambientales.
 - b. La cultura: normas y valores históricamente determinadas.
 - c. Lo cognitivo y afectivo, vínculos indisolubles.
2. La personalidad y el proceso de socialización.
 - a. La transformación del individuo a sujeto.
 - b. La familia y la herencia cultural.
 - c. La socialización como proceso continuo.
3. Personalidad y habilidades de pensamiento.
 - a. La interacción humana mediada simbólicamente.
 - b. La vida cotidiana como demandante del desarrollo de las potencialidades del ser humano.
 - c. La intencionalidad determinante del sentido de la vida.
 - d. Lo simbólico construido socialmente.
 - e. El lenguaje inherente al proceso de pensamiento y toma de decisiones.

(Continúa)

4. La realidad objetiva y dos esferas socializadoras Básicas.
 - a. La institucionalización y el acervo social de conocimiento
 - b. Socialización primaria: identidad y personalidad
 - c. La socialización secundaria: las instituciones y el "otro" social
 - d. Universos simbólicos y tipificaciones.
5. El individuo y la "masa".
 - a. Identidad y estructuras sociales.
 - b. El imaginario social.
 - c. La apropiación de estereotipos.
 - d. Los sistemas y la pérdida de identidad
6. El ser humano y el desencantamiento de las imágenes del mundo.
 - a. La personalidad y adecuación al medio
 - b. El individuo y su proyecto de vida.
 - c. ¿Qué tanto lo individual implica lo social?
 - d. La alternativa del sujeto y la sociedad ante los sistemas

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Mesas redonda.
Discusión dirigida.
Investigación documental.
Elaboración de ensayos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

- ARRIARÁN, Samuel, *Hermenéutica, educación y ética discursiva*, s.e., Ed. U. Iberoamericana, México, 1995.
- VYGOTSKI, V., *Pensamiento y lenguaje*, s.e., Ed. Paidós, España, 1992.
- DEWEY, J., *Cómo pensamos*, s.e., Ed. Paidós, España, 1981.
- GUINSBERG, Enrique, *Control de los medios, control del hombre*, s.e., Ed. Pangea y UAM-Xochimilco, México, 1988.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: INVESTIGACIÓN Y COMUNICACIÓN

2. CICLO: 1º SEMESTRE 3. CLAVE: 0104

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno comprenderá el proceso de investigación en el contexto de las ciencias de la comunicación y como parte fundamental de su ejercicio profesional.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Investigación y actitud natural del ser humano.<ol style="list-style-type: none">a. Conocer y explorar en los primeros años.b. Recursos del conocimiento.c. Iniciativa de hacer y aspectos culturales.d. Retomar la actitud natural.2. Método científico y las ciencias naturales.<ol style="list-style-type: none">a. Augusto Comte y su idea del método.b. El método científico y la verdad científica.c. Primero las ciencias naturales y luego las ciencias sociales.3. Mario Bunge como representante neopositivista de la formación científica del estudiante.<ol style="list-style-type: none">a. Utilidad del método.b. Aprendizaje, mecanización y criterio de uso del método.c. La teoría detrás del método. | <p>(Continúa)</p> <ol style="list-style-type: none">4. Elementos básicos del método y sus conceptos.<ol style="list-style-type: none">a. Objetivos y problema de investigación.b. Hipótesis y variables.c. Observación y experimentación.d. Verificación interior.5. El método científico y las ciencias humanas y sociales.<ol style="list-style-type: none">a. Viabilidad del método de las ciencias naturales.b. Realidad social como multideterminada.c. La relatividad en la verdad de las ciencias humanas.6. Investigación en el campo de la comunicación.<ol style="list-style-type: none">a. Utilidad de la investigación en el desarrollo de la ciencia y en la formación de profesores.b. Procesos de comunicación multiaxiales.c. Qué puede investigarse: temas tradicionales, actuales y nuevos.d. Reflexiones actuales sobre la investigación en el área.e. Algunas de las principales aportaciones de las investigaciones en comunicación. |
|--|--|

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Discusión dirigidas.
Investigación de campo.
Lecturas comentadas.
Discusión dirigida.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFIA:

BUNGE, Mario, La ciencia, su método y su filosofía, s.e., Ed. Ariel, Argentina, 1989.
GLAZMAN, Raquel, La investigación en las universidades públicas: vínculo docencia-investigación, s. e., Ed. SEP-Caballito, México, 1990.
ECO, Umberto, Cómo hacer una tesis, s.e., Ed. Gedisa, España, 1991.
MARDONES y Ursúa, Filosofía de las ciencias humanas y sociales, s.e., Ed. Tolamara, México, 1991.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ HOMBRE Y CULTURAL I _____

2. CICLO: _____ 1º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0105 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno interpretará las diversas visiones de la realidad, detectando al individuo como creador y transmisor de cultura considerando el proceso histórico.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

- | | |
|--|---|
| <p>1. Perspectivas de la historia: sucesos e interpretación.</p> <p>a. Concepto de historiografía e historia:</p> <ul style="list-style-type: none">- Periodización en función de la realidad.- La historia como ciencia: criterios de cientificación. <p>b. Conceptos de sociedad, cultura y civilización:</p> <ul style="list-style-type: none">- Papel del individuo en su entorno social.- Relación entre sociedad y naturaleza.- Cientificidad e historicidad. | <p>b. Formas de sociedad y modos de vida:</p> <ul style="list-style-type: none">- El hombre y la sociedad.- Usos y costumbres.- Creencias y religiones.- Ética y moral.- Cultura y educación. <p>c. La familia, la propiedad y la transición al estado socializado</p> |
| <p>2. El sentido de la historia: el hombre de la antigüedad y el desarrollo cíclico de la cultura.</p> <p>a. Revolución agrícola y principales centros de civilización</p> <ul style="list-style-type: none">- Egipto y otras culturas antiguas. | <p>3. Trascendencia de la cultura griega.</p> <p>a. Impacto griego en el Egeo.</p> <p>b. Principales colonias griegas.</p> <p>c. Aparición de las ciudades estado</p> <p>d. Trascendencia cultural espartana y ateniense</p> <p>e. Efectos de la transculturación griega.</p> <ul style="list-style-type: none">- Educación, arte, filosofía y ciencia. <p>f. Historiadores, poetas y científicos griegos</p> <p>g. Periodo helenístico</p> |

(Continúa)

4. Impacto cultural romano: de poblado a imperio.

- a. El imperio romano.
- b. La república romana.
- c. Difusión de la cultura romana:
 - Vida y familia romana.
 - Religión.
 - Educación romana.
- d. Legado romano:
 - Leyes, ingeniería, arquitectura, literatura, idioma y ciencia.
- e. La desintegración de Roma y el imperio de Carlo Magno.

5. El concepto feudal de la organización medieval.

- a. Europa y los bárbaros.
- b. Cristianismo y feudalismo.
- c. El islamismo y las cruzadas.
- d. La ciudad feudal:
 - Clases fundamentales del feudalismo.
- e. Modos de difusión de la ciencia y la cultura medieval.
- f. Instituciones de la edad media: iglesias y universidades:
 - La escolástica.
- g. El estado absolutista y el mercantilismo

6. México: una nueva cosmovisión del mundo.

- a. Origen del hombre americano:
 - Cazadores y recolectores.
 - Pueblos agricultores.
- b. Horizonte preclásico: influencia olmeca.
- c. Horizonte clásico: cultura teotihuacana y maya.
- d. Horizonte postclásico o histórico:
 - Florecimiento y ocaso de la cultura azteca.
- e. Modos de interacción cultural.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Discusión dirigidas.
Análisis de las culturas mediante videos y diapositivas.
Elaboración de cuadros sinópticos y esquemas descriptivos.
Proposición de temas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

COLMENARES, Ismael, De la prehistoria a la historia, s. e., Ed. Quinto sol, México, 1990.
ALVEAR Acevedo, Carlos, Manual de historia de la cultura, s. e., Ed. Jus, México, 1994.
->COOR Manzanilla, Linda, Historia antigua de México, s. e., Ed. Porrúa, México, 1994.
CHATLET, Francois, Historia de las civilizaciones, saber y poder, s. e., Ed. Proemia, México, 1981.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____

FILOSOFÍA

2. CICLO: _____ 1º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0106 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno comprenderá que la visión del mundo responde a un modo de saber en un contexto determinado.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Historia de la filosofía versus visiones del mundo.
 - a. La historia de la filosofía va más allá de la historia de los pensadores más representativos.
 - b. El contexto histórico como factor condicionante del saber de la filosofía.
 - c. Una visión del mundo incluye un saber históricamente acumulado.
2. La visión del mundo y otro concepto del saber.
 - a. La visión del mundo como concepto aglutinador de las tradiciones, comportamientos y valores de un pueblo.
 - b. La visión del mundo construida y aprobada socialmente.
 - c. La visión del mundo como representación del pensamiento y hacer de una cultura.
3. Los modos del saber como parte fundamental de una visión del mundo.
 - a. El conocimiento cotidiano y la resolución de las necesidades de la vida diaria.

- b. La filosofía como un acercamiento a la reflexión y explicación del mundo
 - c. La ciencia y su acreditación al conocimiento de los hombres
 - d. La intuición y la otra razón.
4. Tres visiones básicas de la filosofía.
 - a. El idealismo: la idea como concepto de la realidad.
 - b. El materialismo ¿cuál es el papel del sujeto?
 - c. La dialéctica: lo concreto-abstracto-concreto.
 - d. Otras visiones y su relación estrecha con la ciencia.
5. ¿Existe una filosofía en la época actual?
 - a. Uso y desuso de la filosofía
 - b. Desencantamiento de las imágenes del mundo
 - c. La filosofía ante la verdad de la ciencia.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Lluvia de ideas.
Discusión dirigida.
Investigación documental.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

- > MARDONES y Ursúa, Filosofía de las ciencias humanas y sociales, 2ª ed., Ed. Fontamara, México, 1993.
- > HELLER, Agnes, Sociología de la vida cotidiana, s.e., Ed. Península, Barcelona, 1997.
- > DÁVILA, Aldás, F., Teoría, ciencia y metodología en la era de la modernidad, s.e., Ed. Fontamara, México, 1991.
- > ESCOBEDO y Díaz de León, Problemas filosóficos, s.e., Ed. Trillas, México, 1996.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ APRECIACIÓN DEL ARTE _____

2. CICLO: _____ 1º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0107 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno: aplicará las herramientas teórico-prácticas en la apreciación de las diversas manifestaciones artísticas e identificará el arte como experiencia cotidiana, polisensorial, como parte esencial en el ser humano y como una forma de vida no exclusiva del creador.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Diversas concepciones del arte desde contextos histórico culturales distintos.

- a. Arte como apariencia, arte como imitación (Griegos).
- b. Necesidad y fin del arte (Hegel).

2. Determinación de valores artísticos y juicios estéticos.

- a. Valores estéticos.
- b. Juicios de gusto y juicios estéticos (Kant).
- c. Cómo se mira un cuadro (Venturi).
- d. La función de la crítica (Denny).

3. División de las artes en su producción y estudio.

- a. Artes literaria, características principales y requisitos mínimos del arte:
 - Poesía.
 - Prosa.
 - Novela.
 - Cuento.

(Continúa)

- Ensayo.
- Epístola.
- Guión.
- Otras.
- b. Artes auditivas, concepto de espacios auditivos, características principales y requisitos mínimos del arte:
 - Oratoria.
 - Música.
 - Radio.
- c. Artes visuales, concepto de espacios visuales, características principales y requisitos mínimos del arte:
 - Pintura.
 - Grabado.
 - Serigrafía.
 - Fotografía.
 - Cine sliente o mudo.

(Continúa)

- d. Artes audiovisuales. Características principales. Requisitos mínimos del arte:
- Danza.
 - Teatro.
 - Cine.
 - Video.
- e. Artes polisensoriales. Involucra todos o la mayoría de los sentidos. (lectura, audiovisuales, táctiles, olfativas, perceptivas):
- Escultura.
 - Arquitectura.
 - Arte interactivo.
4. El individuo en la producción artística.
- a. La vocación: inicio, desarrollo, concreción.
 - b. Aprendizaje profesional: actitudes, aptitudes, actividades sensitivas, procedimientos mentales.
 - c. Procesos creativos: concepción (pre-creación), ejecución creación), maduración (post-creación).
 - d. Adaptación social del profesional: mercado de prestigio, comercio del arte, ocupaciones afines.
 - e. Distribución- exhibición del arte: circuito comercial, difusión cultural, educación artística (creadores y públicos), periodismo cultural, museos, bienales, becas, concursos.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Lecturas comentadas.
Discusión dirigida.
Visitas a museos, teatros, conciertos.
Proyección de transparencias, videos.
Ponencias-charlas con creadores o difusores de arte.
Elaboración de ensayos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final

8. BIBLIOGRAFIA:

CHÁ, Juan, Las actitudes básicas de las artes plásticas, s. e., Ed. Coyoacán, México, 1994.
KLEE, Paul, Bases para la estructuración del arte, s. e., Ed. Coyoacán, México, 1995.
HALL, Edward T, La dimensión oculta, s. e., Ed. Siglo XXI, México, 1991.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN _____

2. CICLO: _____ 2º SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0208 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno analizará las diferentes formas de comunicación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Comunicación intrapersonal.
 - a. Características.
 - b. Tipos de mensaje.
 2. Comunicación interpersonal.
 - a. Definición.
 - b. Elementos.
 - c. Procesos.
 3. Comunicación no verbal.
 - a. Concepto.
 - h. Paralenguaje.
 - c. Kinesia.
 - d. Proxemia.
 - e. Olfato.
 - f. Tacto.
 - g. Artefactos.
 4. Comunicación intermedia.
 - a. Características.
 - b. Canales.
- (Continúa)
- c. Tipos de mensajes
 - d. Receptores
 5. Comunicación grupal.
 - a. Concepto.
 - b. Tipos de mensaje
 - c. Medios.
 - d. Tipos de auditorio.
 6. Comunicación masiva.
 - a. Características.
 - b. Proceso.
 - c. Medios.
 - d. Públicos.
 7. Comunicación alternativa.
 - a. Definición.
 - b. Contexto histórico social
 - c. Contexto comunicación popular
 - d. Comunicación rural.
 - e. Audio libros.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Lecturas comentadas.
Discusión dirigida.
Proyección de transparencias, videos.
Investigación documental.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFIA:

BERLO, David, El proceso de la comunicación, s. e., Ed. Ateneo, Argentina, 1992.
MCLUHAN, Marshall, La comprensión de los medios como extensiones del hombre, s. e., Ed. Diana, México, 1990.
DE FLEUR, Melvin, Teorías de la comunicación masiva, s. e., Ed. Paidós, Argentina, 1994.
RICCI, Betti, La comunicación como proceso social, s. e., Ed. Grijalbo, México, 1990.
SCHRAMM, Wilbur, La ciencia de la comunicación humana, s. e., Ed. Trillas, México, 1995.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ SEMIÓTICA I _____

2. CICLO: _____ 2º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0209 _____

1. OBJETIVO(S) GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno aplicará conocimientos básicos de la semiótica en la decodificación de los distintos tipos de discurso.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Introducción a la semiótica.
 - a. Comunicación y significación.
 - b. Semiótica y semiología.
 - c. Objeto de estudio: cultura y comunicación.
 - d. Dominio o disciplina:
 - Límites políticos.
 - Límites naturales.
 - Límites epistemológicos.
 - e. Sistemas y códigos.
2. Las teorías semióticas.
 - a. Teorías de los códigos:
 - La función semiótica.
 - Expresión y contenido.
 - Denotación y connotación.
 - El significado como unidad cultural.
 - La hipercodificación y la hipocodificación.
 - La competencia discursiva.
3. Concepción semiótica del texto.
 - a. Rasgos productivos, signos y textos
 - b. manifestaciones semióticas en el texto
 - c. Ambigüedad y autorreflexividad
 - d. La manifestación del continuum.

(Continúa)

e. Hiperdecodificación estética:

- La expresión del contenido.
- Códigos estilísticos.
- Códigos actanciales.
- Códigos representativos y de la narración.
- Temporalidad espacialidad.
- Códigos paratextuales.
- El texto como acto comunicativo.

4. Concepción semiótica de las imágenes visuales y auditivas.

a. Crítica del iconismo:

- Iconismo y semejanza.
- Iconismo y analogía.
- Iconismo convención.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Discusión dirigida.
Realización de ensayos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

AUMONT, Jacques, La imagen, s.e., Ed. Paidós, España, 1992.
ECO, Umberto, Tratado de semiótica general, 3ª ed., Ed. Lumen, España, 1985.
ECO, Umberto, Apocalípticos e integrados, ante la cultura de masas, s.e., Ed. Lumen, España, 1974.
GUIRAUD, Piere, La semiología, s.e., Ed. XXI, Argentina, 1972.
KAPLÚN, Mario, Producción de programas de radio, 2ª ed., Ed. Cromocolor, México, 1994.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ TEORÍA DEL PERIODISMO _____

2. CICLO: _____ 2º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0210 _____

4. OBJETIVO(S) GENERALES(S) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno identificará los géneros periodísticos en los diferentes medios, así como las características de construcción de la expresión periodística.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Índole del periodismo.
 - a. Concepto y antecedentes.
 - b. Comunicación e información.
 - c. Periodismo: funciones y deberes.
 - d. Literatura y periodismo.
2. Medios para la expresión periodística.
 - a. Prensa.
 - b. Radio.
 - c. Cine.
 - d. Televisión.
 - e. Internet.
 - f. Control y manipulación.
 - g. Terminología periodística.
3. Fuentes de información y agencias de noticias.
 - a. Clases de fuentes.
 - b. Fuentes y subfuentes.

(Continúa)

- c. Cobertura de fuentes.
 - d. Carácter y función de las agencias.
 - e. Clases de agencias.
 - f. Corresponsales.
4. Géneros periodísticos.
 - a. Informativos.
 - b. Interpretativos.
 - c. De opinión.
 - d. Fotoperiodismo.
 - e. Función informativa de la fotografía.
 5. Elementos que conforman un periódico.
 - a. El formato: periódicos y revistas
 - b. Las señales: físicas naturales, lingüísticas y no lingüísticas.
 - c. Sistema operativo de un periódico
 - d. La prensa y la ley.
 - e. Propaganda y publicidad.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Exposición de temas.
Visitas a medios de comunicación.
Informes.
Entrevistas a profesionales del ramo.
Ensayos.
Investigación documental.
Discusión dirigida.
Análisis de películas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

LEÑERO, Vicente, Manual de periodismo, s. e., Ed. Grijalbo, México, 1995.
WARREN, Carl, Géneros periodísticos informativos, s. e., Ed. Prisma, México, 1993.
VIVALDI M, Gonzalo, Géneros periodísticos, s. e., Ed. Prisma, México, 1994.
RIVADENEYRA Prada, Raúl, Periodismo, 3ª ed., Ed. Trillas, México, 1990.
FERNÁNDEZ, Guido, Agonía a la hora del cierre, s. e., Ed. Trillas, México, 1994.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: TEORIA DE LA ADMINISTRACIÓN

2. CICLO: 2º SEMESTRE

3. CLAVE: 0211

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno descubrirá las cuatro etapas del proceso administrativo y su aplicación en empresas de comunicación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Conceptos básicos.
 - a. Concepto de administración.
 - b. Evolución del pensamiento administrativo.
 - c. Empresas y medio ambiente.
 - d. Áreas funcionales.
 - e. Procesos administrativos.
 - f. Responsabilidad social y ética de la administración.
2. Planeación.
 - a. Definición e importancia.
 - b. Tipología de planes y metas.
 - c. Procesos de planeación.
 - d. Herramientas de retoque, de corrección y de efectos.
3. Organización.
 - a. Definición e importancia.
 - b. Etapas del proceso de organización.
 - c. Tipología de las estructuras.
 - d. Herramientas de la organización.
 - e. Organización de empresas de la comunicación.

4. Dirección.
 - a. Definición e importancia.
 - b. Etapas del proceso de organización.
 - c. Tipología de las estructuras.
 - d. Motivación.
 - e. Comunicación.
 - f. Tomas de decisión.
5. Control.
 - a. Definición e importancia.
 - b. Tipología de los controles.
 - c. Proceso de control.
 - d. Control en empresas de comunicación.
6. Tendencias modernas de la administración.
 - a. Calidad y competitividad.
 - b. Calidad de servicio.
 - c. Benchmarking.
 - d. Reingeniería.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Resolución de casos.
Elaboración de documentos administrativos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

STONER, James, Administración, 6ª ed., Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, México, 1996.
ROBBINS, Stephen, Administración, teoría y práctica, 4ª ed., Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, México, 1996.
KOONTZ, Harold, Administración, una perspectiva global, 10 ed., Ed. Mc Graw Hill, México, 1994.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en el área Económico-Administrativa.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en el área Económico-Administrativa.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ DEONTOLOGÍA _____

2. CICLO: _____ 2º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0212 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno valorará la labor del comunicólogo como un compromiso ético con la sociedad y consigo mismo.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. La Deontología como parte de la filosofía.
 - a. Disciplina filosófica: Gnoseología y prácticas.
 - b. La ética como disciplina filosófica. Definición y sentido. Diferentes tipos de normas:
 - El objetivo de estudio de la ética crítica y la ética aplicada.
 - Virtudes éticas y diandéticas.
 - Relaciones de la ética con otras disciplinas científicas
 - Carácter histórico de la moral.
2. La deontología y el comunicólogo.
 - a. Comportamiento ético en el quehacer del periodismo especializado y técnico:
 - ¿Invasión a la vida privada o libertad de información?
 - Colisión de derechos.
 - Límites del derecho a informar.
 - b. La necesidad de un código ético para evitar horrores y vicios periodísticos.
 - c. Diferentes códigos en torno a la deontología periodística.
 - d. La ética en el trabajo de equipo.

(continúa)

3. Búsqueda del perfeccionamiento profesional.
 - a. Derecho a informar e informarse: un compromiso ético.
 - b. Carácter dual de las discrepancias éticas.
 - c. La deontología y el razonamiento científico.
 - El apoyo científico a los juicios éticos.
 - d. Validez de los métodos éticos como medio para alcanzar determinados fines.
 - e. Enfoque normativo de la metodología
4. Perspectivas del periodismo mexicano.
 - a. Cosmovisión de la realidad.
 - b. Visión múltiple de la realidad
 - c. Derechos y deberes del periodismo.
 - d. Código de honor.
5. La moral Profesional y el periodismo intelectual.
 - a. La visión del mundo bajo la perspectiva intelectual
 - b. Periodismo heterodoxo, criticidad y combatividad.
 - c. El juicio de la sensibilidad hacia la verdad informativa
 - d. Las divulgaciones científica: un compromiso con la sociedad

(Continúa)

- e. El aspecto ético del cumplimiento responsable.
 - f. El nuevo periodismo ante el comunicólogo humanista.
6. Lenguaje periodístico y deontología.
- a. La persuasión.
 - b. La manipulación.
 - c. La verdad: ¿un punto de vista subjetivo?
 - d. La utilización del lenguaje según los distintos géneros periodísticos.
 - e. El lenguaje periodístico en radio y televisión.
7. La deontología en el ámbito de la propaganda y la publicidad.
- a. Relación entre público y propaganda.
 - b. Relación entre moral y publicidad.
 - c. La publicidad desde la perspectiva ética.
 - d. La necesidad de una propaganda responsable.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Análisis de casos.
Realización de ensayos.
Exposición de temas.
Entrevistas a profesionales.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

STEVENSON, C. L., Ética y lenguaje, s. e., Ed. Paidós, España, 1992.
TOULMIN, S. E., El puesto de la razón en la ética, s. e., Ed. Alianza universitaria, España, 1994.
HABERMANS, Jurger, Teoría de la acción comunicativa, s. e., Ed. Cátedra, España, 1993.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ HOMBRE Y CULTURA II _____

2. CICLO: _____ 2º SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0213 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno, identificará algunos sucesos culturales que han determinado el sentido de la historia.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. El renacimiento: era de exploradores y reformas.
 - a. El hombre explora la tierra, el universo y a sí mismo:
 - Economía.
 - Grandes viajes y descubrimientos.
 - b. El descubrimiento de América, como consecuencia de la expansión europea.
 - c. Ciencia, filosofía y arte durante el renacimiento:
 - Cambios económicos y sociales.
 - El humanismo y las bellas artes.
 - Herencia de la reforma europea.
 - d. Causas y efectos del progreso intelectual.
 - e. Principales ideas filosóficas:
 - Racionalismo.
 - Mecanicismo.
 - Empirismo.
 - Ilustración.

2. Luchas revolucionarias en todo el mundo, durante los siglos XVII y XVIII.
 - a. La revolución francesa y los enciclopedistas.
 - b. La revolución burguesa de Inglaterra en el siglo XVII:
 - Supervivencia de los privilegios feudales.
 - c. Movimientos de independencia como consecuencia de la decadencia de las oligarquías coloniales.
 - d. La revolución industrial: inventos, técnicas y fuentes de energía.
 - e. Contexto ideológico cultural: las bellas artes y la filosofía.
 - f. Los cambios sociales y la nueva visión del mundo.

(Continúa)

3. Revoluciones, dictadores y Primera Guerra Mundial.

- a. Nacionalismo, guerras e imperialismo.
- b. Causas de la Primera Guerra Mundial.
- c. Crisis internacionales de las grandes potencias: aspectos económicos, políticos y sociales.
- d. Características de los sistemas de alianzas.
- e. Principales tratados de paz entre los países aliados.
- f. Algunas manifestaciones culturales: literatura, cine, radio, televisión y teatro.

4. Segunda guerra mundial: "La guerra de la supervivencia".

- a. Causas y factores que influyeron en el derrumbe de algunas potencias:
 - Comunismo, fascismo y nacionalsocialismo.
- b. Efectos psicosociales de la segunda guerra mundial
- c. Convenios de paz, surgimiento de organizaciones mundiales y polarización del mundo.
- d. Empresas multinacionales y transculturación.
- e. Impacto sociocultural en las manifestaciones artísticas, durante y después de la conflagración:
 - Artes plásticas.
 - Música.
 - Literatura.
 - Cine.
 - Radio.
 - Televisión.
- f. Las Naciones Unidas y las organizaciones regionales

5. América Latina: de frente al siglo XXI.

- a. La problemática del subdesarrollo:
 - Ejército y poder en América Latina.
- b. Cosmovisión actual mexicana: umbral de un futuro sin límites:
 - Problemas económicos, políticos y sociales.
 - Progresos científicos, artísticos y tecnológicos.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental y de campo.
Discusión dirigida.
Análisis de videos y diapositivas.
Elaboración de cuadros sinópticos y esquemas descriptivos.
Exposición de temas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

ROSELLE, Daniel, Historia de la humanidad, evolución de su cultura, s.e., Ed. Norrna, México, 1994.
COLMENARES, Ismael, De la prehistoria a la historia, s.e., Ed. Quinto sol, México, 1990.
CHATLET, Francois, Historia de las civilizaciones, saber y poder, s.e., Ed. Proemia, México, 1981.
WEBER, Alfred, Historia de la cultura, s.e., Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1979.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ PARADIGMAS DE INVESTIGACIÓN _____

2. CICLO: _____ 2º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0214 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno analizará las teorías de los principales representantes de los paradigmas de investigación en las ciencias de la comunicación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Paradigmas en las ciencias sociales.
 - a. Concepto de paradigma.
 - b. Elementos teóricos que componen un paradigma.
 - c. Contexto histórico y el desarrollo de los paradigmas.
 - d. Tres paradigmas básicos: empírico-analítico, hermenéutico-lingüístico y crítico-hermenéutico.

2. Paradigma empírico-analítico y sus principales representantes.
 - a. Comte: el iniciador del método.
 - b. Durkheim: primeras aplicaciones del método al ámbito de las ciencias sociales.
 - c. Popper: el cuestionamiento al paradigma.
 - d. Kuhn: la comprensión del desarrollo de los paradigmas.

(Continúa)

3. Paradigma hermenéutico-lingüístico.
 - a. Max Weber.
 - b. Alfred Shütz.
 - c. Gadamer.
 - d. Wittgenstein: lo simbólico y lo humano.
 - e. George Mead: interaccionismo simbólico.

4. Paradigma crítico-hermenéutico.
 - a. Escuela de Frankfurt.
 - b. Adorno.
 - c. Habermas.
 - d. Apel.
5. Teoría de sistemas.
 - a. Niklas Luhman.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Discusión dirigida.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

- MARDONES Y Ursúa, Filosofía de las ciencias humanas y sociales, 2ª ed., Ed. Fontamara, México, 1983.
- FRIEDMAN, George, La filosofía política de la escuela de Frankfurt, s.e., Ed. FCE, México, 1990.
- DÁVILA Aldás, Francisco, Teoría, ciencia y metodología en la era de la modernidad, s.e., Ed. Fontamara, México, 1991.
- Revista mexicana de sociología, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, año 7, no. 20, Septiembre-diciembre, 1992. (Autores varios).

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ PARADIGMAS DE LA COMUNICACIÓN _____

2. CICLO: _____ 3º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0315 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno explicará las propuestas del funcionalismo, estructuralismo y materialismo, así como las de los teóricos latinoamericanos, en relación al estudio de la comunicación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Funcionalismo.<ol style="list-style-type: none">a. Características e importancia.b. Paul Lazarsfeld.c. Harold Lasswell.d. Kurt Lewin.e. Carl Hovland.f. Robet Merton.g. Roman Jackobson.h. Joseph Klapper.i. Bernard Berelson.j. Wilbur Schramm.2. Estructuralismo.<ol style="list-style-type: none">a. Características y diferencias con el funcionalismob. Abraham Moles.c. Roland Barthesd. Levi Strauss.e. Umberto Eco. | <ol style="list-style-type: none">3. Materialismo.<ol style="list-style-type: none">a. Características y diferencias con el estructuralismo.b. Hund Wulf.c. Hans Magnus Enzensberger.d. Edgar Morin.e. Antonio Gramsci.f. Armand Matelart.4. La investigación de la comunicación en Latinoamérica.<ol style="list-style-type: none">a. Jesús Martín Barbero.b. Mabel Piccini.c. Néstor García Canclini.d. José Luis García Garza.5. La investigación de la comunicación en México.<ol style="list-style-type: none">a. Raúl Fuentes.b. Guillermo Orozco.c. Pablo Casares.d. Rossana Reguillo.e. Enrique González. |
|--|---|

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Participación en foros de exposición.
Discusión dirigida.
Análisis de lecturas y películas.
Elaboración de cuadros sinópticos.
Realización de ensayos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

TOUSSAINT, Florence, Crítica de la Información de masas, s.e., Ed. Trillas, México, 1981.
MARTÍN Barbero, Jesús, La investigación desde las prácticas sociales, s.e., Ed. UJA, México, 1990.
FUENTES, Raúl, La investigación de la comunicación en México, s.e., Ed. UJA, México, 1992.
GÓMEZ Mont, Carmen, Desafío de los nuevos medios de comunicación, s.e., Ed. Diana, México, 1992.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ SEMIÓTICA II _____

2. CICLO: _____ 3º SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0316 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno aplicará los conceptos semióticos en el proceso de construcción de distintos tipos de discurso.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Significación y comunicación.
 - a. Modelo comunicativo elemental.
 - b. Sistemas y códigos.
 - c. Información, comunicación y significado.
2. Tipología de los signos.
 - a. Verbal y no verbal.
 - b. Canales y parámetros expresivos.
 - c. Entidades discreta y continua graduados.
 - d. Reproducibilidad,, dobles y reproducciones.
3. Tipología de los modos de producción de signos.
 - a. Reconocimiento, obtención y reproducciones.
 - b. Invención como institución de códigos.
 - c. Continuum de transformaciones.

(Continúa)

4. Aplicaciones semióticas en la codificación de un texto.
 - a. Discurso como institución.
 - b. Sujetos del discurso.
 - c. Concepción semiótica de la literatura.
 - d. Códigos literarios y paraliterarios.
 - e. Oposición entre literatura clásica y literatura popular.
 - La novela.
 - La noticia.
 - El discurso político.
5. Aplicaciones semióticas en la codificación de imágenes visuales y auditivas.
 - a. El encuadre.
 - b. La forma y la figura.

(Continúa)

- c. El color.
- d. La composición.
- e. Movimiento y equilibrio.
- f. El tiempo y el espacio.
- g. representaciones onomatopéyicas
- h. Montaje y continuum.

6. Aplicaciones semióticas en la conjunción de palabras, imágenes y sonido.

- a. El anuncio publicitario:
 - Estructura lingüística.
 - Estructura icónica.
- b. El cómic:
 - Semiología del cómic.
 - Lenguaje del cómic.
- c. El cine:
 - Lenguaje cinematográfico.
 - Imagen, sonido y movimiento.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Análisis de construcciones discursivas.
Elaboración de productos comunicativos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

AUMONT, Jacques, La imagen, s. e., Ed. Paidós, Barcelona, 1992.
ECO, Humberto, Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas, s. e., Ed. Lumen, Barcelona, 1974.
JUAREZ, Rosa E, Ejercicios semióticos, s. 3., Ed. ITESO-Guadalajara, México, 1989.
KAPLÚN, Mario, Producción de programas de radio, 2ª ed., s. Ed., México, s. f.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: TALLER DE PERIODISMO IMPRESO

2. CICLO: 3º SEMESTRE

3. CLAVE: 0317

4. OBJETIVO(S) GENERALES(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno identificarán los géneros periodísticos mediante la aplicación de las técnicas adecuadas para alcanzar su optimización.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Lenguaje y periodismo.
 - a. Lenguajes periodísticos.
 - b. Lenguaje político totalitario y funcional.
 - c. Xenofobia y xenofilia lingüística.
2. El estilo y los géneros periodísticos.
 - a. Reglas prácticas de redacción y estilo.
 - b. El siglo de las siglas.
 - c. Amarillismo, sensacionalismo y nota roja: partidarios y detractores.
3. La titulación periodística.
 - a. Principios y normas.
 - b. Clases de títulos.

(Continúa)

4. La nota informativa.
 - a. Clasificación: según su valor y trascendencia.
 - b. Elementos: hecho, sujeto, tiempo, lugar, final y forma.
 - c. Estructura: cabeza, sumario, entrada, cuerpo y remate.
5. La entrevista.
 - a. Clasificación: de diálogo, colectiva, de opinión o encuesta.
 - b. Fases: preparación, realización, examen de datos y redacción.
 - c. El arte de preguntar.
 - d. Estructura.
6. La crónica y la columna.
 - a. Características: la noticia y el protagonista.
 - b. Clases de crónica y columna.
 - c. Estructura.

(Continúa)

7. Artículo y editorial.

- a. ¿Enjuiciamiento periodístico?
- b. Clases de artículos: artículo editorial y artículo de fondo.
- c. Características: juicios de valor y argumentación.
- d. El editorial y sus objetivos.
- e. Niveles de lectura.
- f. La caricatura como arma política.

8. El reportaje y la interpretación del acontecimiento.

- a. El reportaje y su relación con los demás géneros.
- b. Características y objetivos.
- c. Tipos de reportaje: descriptivo, narrativo y demostrativo.
- d. Técnica y elaboración.

9. El nuevo periodismo y la nueva sociedad mexicana.

- a. Periodismo heterodoxo.
- b. Periodismo alternativo.
- c. Periodismo de investigación.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Prácticas.
Ensayos.
Entrevistas a profesionales.
Investigación documental y de campo.
Exposición de temas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

- CABELL, Federico, Periodismo escrito, s.e., Ed. Ariel, México, 1994.
- DÍAZ, Fernando, Lenguaje y periodismo, s.e., Ed. Trillas, México, 1974.
- HALL, Kevin, Periodismo y creatividad, s.e., Ed. Trillas, México, 1995.
- LEÑERO, Vicente, Manual de periodismo, s.e., Ed. Grijalbo, México, 1993.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Comunicación o Periodismo.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en periodismo.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ SEMINARIO DE FOTOGRAFÍA _____

2. CICLO: _____ 3º SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0318 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno analizará la historia y las perspectivas de la fotografía, así como las particularidades de su práctica actual.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Historia de la fotografía.<ol style="list-style-type: none">a. Nacimiento y desarrollo.b. Lenguaje político totalitario y funcional.2. La fotografía como documento.<ol style="list-style-type: none">a. Periodístico.b. Publicitario.c. Social (Uso documental).3. La luz.<ol style="list-style-type: none">a. Tipos.b. Dirección.c. Aplicación.4. Equipo fotográfico.<ol style="list-style-type: none">a. Cámaras.b. Objetivos.c. Expositores.d. Accesorios. | <ol style="list-style-type: none">5. Composición.<ol style="list-style-type: none">a. Reglas.b. Técnicas: obturación y diafragma, longitud focal y profundidad de campo.c. Organización: equilibrio, ritmo, volumen, encuadre y perspectiva.6. Materiales sensibles.<ol style="list-style-type: none">a. Película fotográfica.b. Papel fotográfico.c. Químicos.7. Laboratorio.<ol style="list-style-type: none">a. Equipo básico: función y distribución.b. Químicos: preparación, uso y precaución.c. Proceso de revelado e impresión.d. Conservación y archivo de imágenes. |
|--|--|

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Exposición de temas.
Discusiones dirigidas.
Análisis de casos.
Prácticas de laboratorio.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFIA:

NEWHALL, E, Historia de la fotografía, s. e., Ed. Gustavo Gili, España, 1983.
HEDGECOE, John, Curso de fotografía básica, s. e., Ed. Cúpula, España, 1992.
HUGH, Marshall, Diseño fotográfico: manuales de diseño, s. e., Ed. Cúpula, España, 1992.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Comunicación.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en medios de comunicación.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ GUIONISMO I _____

2. CICLO: _____ 3º SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0319 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno diseñará el guión dramático tomando en cuenta las características propias de cada medio.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Generalidades del guión dramático.

- El manejo de las ideas.
- Concepción y proposición del guión.
- Modos y métodos del guión.
- La adaptación: una transformación e interpretación de la idea.

2. LÓS recursos para el desarrollo de la estructura dramática.

- Elementos de la estructura dramática:
 - Acciones.
 - Personajes.
 - Lugar y tiempo.
- Uso de los elementos: paradigma de asunto y paradigma de personaje.
- Concepción del desarrollo de la historia.

(Continúa)

3. Fase de adaptación: traducciones al medio.

- La etapa de adaptación de una historia según el medio
- La estructura dramática en radio.
- La estructura dramática en televisión.
- La estructura dramática en cine.
- La propuesta, sinopsis, análisis de los personajes, tratamientos y división de escenas, elementos para redactar una historia

4. Fase de producción del guión dramático.

- Características y formato del guión según el medio
- El guión de radio
- El guión de televisión
- El guión de cine
- Story board.
- El guión de la historietta o cómic.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Análisis de guiones profesionales.
Análisis y críticas de diálogos y escenas de películas.
Ejercicios de redacción.
Realización de guiones dramáticos para cada medio.
Adaptación de obras literarias o cuentos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

MAZA P., Maximiliano, Guión para medios audiovisuales, cine radio y televisión, 1ª ed., Ed. Alhambra Mexicana, México, 1996.
LINARES, Marco Julio, El guión: elementos, formatos y estructuras, 1ª ed., Ed. Alhambra Mexicana, México, 1995.
GONZÁLEZ A., Carlos, El guión, 6ª ed., Ed. Trillas, México, 1994.
VANOYE, F., Guiones, modelo y modelos de guiones, s.e., Ed. Paidós, México, 1996.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en medios de comunicación.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: LEGISLACIÓN

2. CICLO: 3º SEMESTRE 3. CLAVE: 0320

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno valorará a la comunicación como un acto humano regulado por ordenamiento jurídico vigente.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Derecho y poder:

- a. La institucionalización del poder:
 - El racionalismo como cosmovisión.
 - La conducta humana como objeto de regularización normativa.
- b. Jerarquización de las normas jurídicas.
- c. Fuerza, justicia, legalidad y autoridad.
- d. El derecho y el control del poder.
- e. Diferencias con las normas de conducta social:
 - Monopolio del uso de la fuerza.
 - La coercitividad del derecho.
 - Lo ético, el Estado y el derecho según Hegel: distinción ontológica entre el "ser" y el "deber ser".
- f. Comercialidad, neoliberalismo y globalización

(Continúa)

2. Organización del Estado Mexicano.

- a. Formas del estado y formas de gobierno:
 - Diferencia entre estado y gobierno.
 - Forma del estado mexicano.
 - Forma de gobierno del estado mexicano.
- b. Organización administrativa centralizada federal
 - Competencia.
 - Preeminencia del poder legislativo.
- c. Poder legislativo:
 - Requisitos del estado legislativo.
 - Diario oficial de la federación y otros medios de publicación.
- d. Facultad legislativa del poder ejecutivo.
- e. Conceptos jurídicos fundamentales:
 - Derechos subjetivos.
 - De libertad.
 - De petición.
 - Políticos.

(Continúa)

3. Teoría general de la concesión.
 - a. Viabilidad según la postura política.
 - b. Bases constitucionales para concesiones.
 - c. Naturaleza jurídica de la concesión:
 - Elementos subjetivos de la concesión.
 - Principios que rigen la concesión.
 - El título de la concesión.
 - d. Concesiones de las entidades federativas y los municipios.
 - e. Diferencia entre permisos, licencias, autorizaciones y la concesión:
 - Actos jurídicos.
 - Actos de aprobación y plazos.
 - f. Franquicia.

4. Ordenamiento jurídico en torno a los medios de comunicación.
 - a. Fundamentos constitucionales:
 - libertad de expresión y opinión pública. Alcances y límites
 - Derecho a la privacidad. Excepciones.
 - Responsabilidad legal de los periodistas.
 - b. Leyes y reglamentos:
 - Ley de vías generales de comunicación.
 - Leyes de prensa, radio y televisión (marco jurídico y naturaleza de la programación televisiva y radiofónica).
 - Ley de cinematografía (marco jurídico)
 - Reglamento de la ley general de salud en materia de control sanitario de la publicidad (publicidad comercial).
 - c. Los medios impresos y electrónicos en cuanto a las elecciones y a la propaganda de los partidos políticos.

5. Otras vías de comunicación.
 - a. Comunicación por satélite.
 - b. Televisión para suscriptores.
 - c. Tratados internacionales y legislación mexicana.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Debate y mesas redondas.
Elaboración de cuadros sinópticos.
Ensayos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

- 1) VILLOORO Toranzo, Miguel, Lecciones de filosofía del derecho, s. e., Ed. Porrúa, México, 1984.
- 2) ACOSTA Romero, Miguel, Teoría general del derecho administrativo, s. e., Ed. Porrúa, México, 1995.
- 3) GARCÍA Mannes, Eduardo, Introducción al estudio del derecho, s. e., Ed. Porrúa, México, 1996.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ SEMINARIO DE INTRODUCCIÓN AL PROBLEMA DEL HOMBRE _____

2. CICLO: _____ 3er. SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0321 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno identificará los principales problemas de la existencia humana y algunas de las respuestas que se han dado a ellos a lo largo de la historia.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. El origen del hombre.
 - a. Peculiaridad de la pregunta por el origen.
 - b. Materialismo.
 - c. Evolucionismo.
 - d. Creacionismo.
2. El problema de la esencia humana.
 - a. La pregunta por el ser del hombre.
 - b. Dualismo antropológico.
 - c. Monismo antropológico.
 - d. El existencialismo.
 - e. El hombre como una estructura personal
3. El problema de la convivencia humana.
 - a. ¿Por qué vivimos en sociedad?
 - b. Complejidad de las relaciones Interpersonales.
 - c. ¿Existe sociedad perfecta?
4. El sentido de la existencia.
 - a. Existencia y finitud.
 - b. La pregunta por el "sentido".
 - c. Diversas posturas.
 - d. El sentido de la existencia y el problema de la trascendencia
5. Racionalidad y trascendencia.
 - a. La razón ante el problema de la trascendencia
 - b. Diversas posturas.
 - c. Ser absoluto y realidad humana

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Lecturas comentadas.
Discusiones dirigidas.
Análisis de películas o documentales.
Elaboración de ensayos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

CORETH, Emerich, ¿Qué es el hombre? Esquema de una antropología filosófica, 6ª ed., Ed. Hender, España, 1991.
GARDER, Jostein, El mundo de Sofía, s.e., Ed. Patra/Siruela, México, 1994.
ILLESCAS, N. Ma. Dolores, Introducción al problema del hombre, antología de textos, s.e., Ed. UJA, México, s.f.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA

2. CICLO: 4º SEMESTRE

3. CLAVE: 0422

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno analizará la importancia de la radio como medio de comunicación colectiva, a partir de su desarrollo histórico, trascendencia social, económica, política, cultural, así como su funcionamiento interno, estructura física y programática.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Origen, evolución y desarrollo de la radio.
 - a. Orígenes y pioneros del invento radio.
 - b. Escenario social de la radiodifusión en el mundo
 - c. La radio en México: una perspectiva histórica, política, económica y cultural del medio.
 - d. Los modelos radiofónicos en México: radio concesionada y radio permitida.
 - e. La radio un mundo social contra una industria.
 - f. RTC, IMER, CIRT, secretarías, sindicatos, grupos e instituciones al servicio del quehacer radial.

2. Estructura, funcionamiento técnico y administrativo de una radiodifusora.
 - a. Funcionamiento y naturaleza de la AM/FM
 - b. Equipos de alta y baja frecuencia
 - c. Instalaciones y espacios físico en una estación de radio
 - d. Departamentos y suboperatividad
 - e. Organigrama y funciograma.
 - f. La importancia del comunicólogo en el trabajo intelectual, operativo y administrativo del medio radio.

(Continúa)

3. Programación: la personalidad de toda emisora.
 - a. La programación radiofónica en función de sus públicos.
 - b. Perfil de la estación, perfil programático.
 - c. Esquema de programación en AM y FM.
 - d. Herramientas de programación.
 - e. Criterios de programación.
 - f. Elementos que viste a una barra programática.
 - g. El contenido programáticos de cada segmento.
 - h. Convenios gubernamentales en la programación radial.
 - i. Los comunicólogos deben ser los programadores en la radio
 - j. Un análisis de la programación en México y Veracruz

4. Recursos y elementos radiales.
 - a. Géneros radiofónicos.
 - b. Formatos radiales.
 - c. Elementos del código radiofónico.
 - d. La radio se comunica a través de signos: semiótica de la radio.
 - e. Las producciones en audio alternativo para cubrir necesidades específicas.
 - f. El arte de producir programas via radio

5. Situación actual y perspectiva de la radio en México.
 - a. Avances tecnológicos y administrativos en el cuadrante mexicano.
 - b. Alianzas entre grupos.
 - c. La radio al servicio de tendencias sociales: propuestas sociopolíticas actuales.
 - d. La regionalización de la radio en México.
 - e. Cómo se explota la radio en Veracruz.
 - f. Un análisis social del medio.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental y de campo.
Visita a emisoras.
Monitoreo a la programación.
Elaboración de hoja de programación, de continuidad y reloj de programación.
Elaboración de ensayos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

- 1. FIGUEROA B., Romeo, Qué onda con la radio, s.e., Ed. Alhambra Mexicana, México, 1996.
- 2. KAPLÚN, Mario, Producción de programas de radio. El quién-la realización, s.e., Ed. Ciespal, Ecuador, 1994.
- 3. SOSA P., Gabriel et. al., Las mil y una radios. Una historia, un análisis actual de la radiodifusión mexicana, s.e., s. Ed., México, 1997
- 4. MARTÍNEZ L., Jorge, Radio regional y rural en México. Enlace de mil voces, s.e., Ed. UIA, México, 1992.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en comunicación.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en medios de comunicación.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL

2. CICLO: 4º SEMESTRE

3. CLAVE: 0423

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno comprenderá las operaciones básicas para solucionar problemas estadísticos aplicados a la comunicación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Introducción.
 - a. Conceptos estadísticos.
 - b. Importancia de la estadística en los problemas de la comunicación.
 - c. Conceptos descriptivos y de tratamiento básico en los datos.
 - d. Modelos matemáticos que representan fenómenos de las ciencias sociales.
2. Gráficas.
 - a. Concentración de información en cuadros o tablas estadísticas de datos no agrupados.
 - b. Concentración de información en cuadros o tablas estadísticas de datos agrupados.
 - c. Tablas de frecuencia.

3. Distribución de frecuencias.
 - a. Fundamento de la curva de Lorenz.
 - b. Relación de la curva de Lorenz con la tabla de frecuencia
 - c. Fundamentos del Índice de Gini.
 - d. Grados de Concentración.
 - e. Representaciones gráficas y principales curvas de frecuencia
4. Medidas de tendencia central y localización.
 - a. Media aritmética para datos no agrupados y para datos agrupados.
 - b. Mediana y moda.
 - c. Cuartiles, deciles, percentiles, rango percentil y P-10-90
 - d. Media armónica.
 - e. Media geométrica.

(Continúa)

5. Medidas de dispersión o variabilidad.

- a. Rango, desviación y rango intercuartílico.
- b. Desviación estándar, varianza, coeficiente de variación.
- c. Propiedades de las puntuaciones estandarizadas y tipificadas.
- d. La desviación estándar y la desviación normal.
- e. Sesgo y curtosis.

6. Análisis de asociación.

- a. Diagrama de dispersión y significado de la correlación lineal.
- b. Coeficiente de correlación de Pearson.
- c. Coeficiente de correlación de Spearman.
- d. Coeficiente de correlación de Spearman.
- e. Coeficiente de correlación V.
- f. Pruebas de significancia del coeficiente de correlación:
 - Bisencial y tetracónico.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Resolución de ejercicios y problemas.
Revisión de estudios estadísticos sobre comunicación.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFIA:

DOWNIE, N. y R., Métodos estadísticos aplicados, s. e., Ed. Harla, México, 1978.
LEVIN, J., Fundamentos de estadística en la investigación social, s. e., Ed. Harla, México, 1980.
YAMAME, T.F.N., Estadística, s. e., Ed. Harla, México, 1980.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en el área Económico Administrativa.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en el área Económico Administrativa.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ TALLER DE FOTOGRAFÍA _____

2. CICLO: _____ 4º SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0424 _____

4. OBJETIVO(S) GENERALES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno realizará mensajes visuales aplicando el proceso de toma, dentro de las áreas más comunes del quehacer fotográfico.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Tipos de fotografía (práctica).

- a. Periodística.
- b. Publicitaria.
- c. Documental.

2. Proceso a color.

- a. Teoría del laboratorio a color.
- b. Revelado e impresión.
- c. Proceso de revelado de diapositivas

3. Experimentación de técnicas.

- a. Solarización.
- b. Reducciones tonales.
- c. Montajes
- d. Pantallas
- e. Fotogramas.
- f. Uso de filtros.
- g. Duplicado de diapositivas
- h. Copiado de imágenes

4. Proyectos temáticos.

- a. Ensayo fotográfico.
- b. Portafolio técnico
- c. Diaporama.

e. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Realización de mensajes visuales.
Investigación documental.
Investigación de campo (observación).

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

VIDEO 150 años de la fotografía en México, prod. CNCA, vol. 1 al 5, México, 1991.
HEDGECOE, John, Los fotógrafos, s.e., Ed. Cúpula, España, 1992.
HUGH, Marshall, Diseño fotográfico, s.e., Ed. Cúpula, España, 1990.
BATHES, Roland, La cámara lúcida, s.e., Ed. Paidós, México, 1996.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en comunicación.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en fotografía.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ TALLER DE EXPRESIÓN ORAL _____

2. CICLO: _____ 4º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0425 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno interpretará mensajes orales, distinguiendo su denotación y su connotación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Formas que adopta la expresión oral.
 - a. La comunicación entre las personas (diálogo).
 - b. Problemas en el emisor.
 - c. Problemas en el receptor.
 - d. La comunicación en grupos grandes y pequeños.
2. El lenguaje corporal y oral.
 - a. Recursos de la expresión corporal
 - b. Recursos de la expresión oral.
 - c. Vicios de dicción.

(Continúa)

3. Técnicas de lectura.
 - a. Herramientas para la lectura de textos.
 - b. Signos de puntuación.
 - c. Señalización del texto.
4. La retórica.
 - a. Estructura del discurso.
 - b. Figuras retóricas: Metáfora, sinécdoque, metonimia, antonomasia, catacrexis, onomatopeya, metalepsis, epíteto, alegoría, enigma e ironía.
5. Exposición oral de temas.
 - a. Conferencia.
 - b. Declamación.
 - c. Oratoria.
 - d. Discurso.
 - e. Debate.
 - f. Panel.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Lectura comentada.
Exposiciones individuales.
Concursos de oratoria y de debate.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

CARNEGIE, Dale, Cómo hablar bien en público, s. e., Ed. Hermes, México, 1993.
DE LA TORRE, Francisco, Taller de lectura y redacción I y II, s. e., Ed. Mc Graw Hill, México, 1993.
CABALLERO, Christian, Cómo educar la voz hablada y cantada, s. e., Ed. Cumbre, México, 1992.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ GUIONISMO II _____

2. CICLO: _____ 4º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0426 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno producirá un guión informativo tomando en cuenta los diferentes productos existentes de este género y la especificidad de cada medio de comunicación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Generalidades de la estructura informativa.
 - a. Qué es realidad.
 - b. Qué es información.
 - c. Qué es noticia.
 - d. La estructura informativa en audio y video.
2. Los diferentes productos audiovisuales informativos.
 - a. Periodismo audiovisual.
 - b. La estructura del noticiario.
 - c. La estructura de la revista.
 - d. Los productos informativos híbridos.
 - e. La cápsula.
 - f. El reportaje.
 - g. Los productos del guionismo informativo.
 - h. El documental.
 - i. Características de las producciones en audio y video (producciones alternativas).

(Continúa)

3. La estructura informativa: toda un estrategia de construcción.
 - a. Tema y propósito del producto audiovisual de acuerdo al género, público y medio (línea de información).
 - b. Línea de interés y estructura de presentación
 - c. Desarrollo.
 - d. Estructura y secuencia.
 - e. Conclusión.
4. Fase de elaboración del guión informativo.
 - a. Funciones y formato del guión de acuerdo al medio
 - b metodología para el desarrollo del guión
 - c. Propuesta.
 - d. Tratamiento.
 - e. Bosquejo.
 - f. Narración.
 - g. Formato para producciones alternativas en audio y video:
 - Fílmicas, multimedia, videos inductivos, promocionales, audiocassetes, audiolibros, diaporamas y cursos

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Redacción y presentación de guiones.
Corrección y revisión colectiva.
Análisis de documentales.
Reportajes y noticias profesionales desde el aspecto de la estructura.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFIA:

- MAZA P., Maximiliano, Guión para medios audiovisuales, cine, radio y televisión, s.e., Ed. Alhambra Mexicana, México, 1996.
- LINARES, Marco Julio, El guión. Elementos, formatos y estructuras, 1ª ed., Ed. Alhambra Mexicana, México, 1995.
- GONZÁLEZ A., Carlos, El guión, 6ª ed., Ed. Trillas, México, 1994.
- VANOYE, F., Guiones modelo y modelos de guiones, s.e., Ed. Paidós, México, 1996.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en medios de comunicación.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ COMPUTACIÓN PARA EL DISEÑO _____

2. CICLO: _____ 4º SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0427 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno aplicará herramientas de cómputo, para la elaboración de productos comunicativos impresos.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Conceptos sobre diseño gráfico.<ol style="list-style-type: none">a. Definición de conceptos y objetivob. Elementos de diseño, de relación y conceptuales.c. El color.d. El papel.e. Los caracteres.f. La imagen.2. Retoque de imágenes.<ol style="list-style-type: none">a. Conceptos básicos.b. Interfase.c. Tipología de imágenes y conversionesd. Herramientas de retoque, de corrección y de efectos | <ol style="list-style-type: none">3. Computación de textos.<ol style="list-style-type: none">a. Ajuste de un documento.b. Texto.c. Imagen y bloques de textod. Importar, vincular y exportare. Color.f. Índices y paginación.g. Impresión4. Diseño gráfico por computadora.<ol style="list-style-type: none">a. Procedimientos básicosb. Ediciónc. Objetos.d. Textos y colores.e. Efectos especialesf. Gestión e impresión de archivos |
|--|--|

5. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Análisis de alternativas de producción.
Realización de prácticas y ejercicios.
Elaboración de productos terminados bajo especificaciones precisas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

- BOUTON, Gary, Corel draw para novatos, s.e., Ed. Prentice Hall, México, 1994.
- PAULSON, Dewy, Corel Draw para windows, s.e., Ed. Prentice Hall, México, 1994.
- VENIT, Sharyn, Pagemaker 5 para windows, Edición especial, Ed. Prentice Hall, México, 1995.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Sistemas Computacionales.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Sistemas Computacionales.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: HISTORIA DE LA CINEMATOGRAFÍA

2. CICLO: 4º SEMESTRE 3. CLAVE: 0428

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno analizará la evolución del cine en su aspecto histórico-social y como un fenómeno de comunicación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Genealogía del cine.
 - a. Contexto histórico-social: el umbral del siglo XIX al siglo XX.
 - b. Los hermanos Lumière en Francia.
 - La primera división del cine: documental y ficción.
 - La primera exhibición pública y George Méliès
 - c.-Edison en Estados Unidos.
 - El conflicto por la patente con George Méliès.
 - d. Otros países: Inglaterra, Alemania
2. Los diferentes productos audiovisuales informativos.
 - a. Periodismo audiovisual.
 - b. La estructura del noticiario
 - c. La estructura de la revista.
 - d. Los productos informativos híbridos
 - e. La cápsula.
 - f. El reportaje.
 - g. Los productos del guionismo informativo.

(Continúa)

- h. El documental.
 - i. Características de las producciones en audio y video (producciones alternativas).
3. El cine llega a México. Contexto histórico-social en el que se inserta.
 - a. El periodo 1895-1915. El ejercicio presidencial de Porfirio Díaz.
 - La primera exhibición probada ante el presidente
 - b. La exhibición pública. Las primeras películas exhibidas en México.
 - c. Las primeras películas hechas en México. Los primeros cineastas o toma vistas mexicanos.
4. Aportaciones técnicas y narrativas en la creación del lenguaje cinematográfico.
 - a. Lumière, Méliès, Escuela de Brighton, Charles Pathé, cine norteamericano, Film D'art, cine italiano
 - b. La escuela soviética.
 - c. David W. Griffith "Nacimiento de una nación" e "Intolerancia"

(Continúa)

5. La difícil transición del cine mudo al cine sonoro.
 - a. Sus primeros balbuceos en Francia, Estados Unidos, Alemania, URSS y el rechazo.
 - b. El sonido: nuevo elemento narrativo, estético, rítmico.
 - c. El cine sonoro hace su aparición en México.
 - d. Las primeras películas sonoras made in México.

6. Las principales corrientes filmicas y su influencia en México.
 - a. Expresionismo alemán
 - b. Surrealismo
 - c. Neorrealismo italiano.
 - d. Nueva ola francesa.
 - e. Cine hollywoodense.

7. Breve panorama del cine mexicano.
 - a. Periodo de 1941 a 1945: la época de oro.
 - b. Periodo de 1961 a 1965: surgimiento del cine independiente, experimental
 - c. Nuevo cine mexicano: entro lo viejo y lo nuevo

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Lecturas comentadas.
Discusión dirigida.
Proyección de videos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

SADUL, George, Historia del cine nacional, s.e., Ed. Siglo XXI, México, 1993.
GARCIA Rivera, Emilio, Historia del cine mexicano, (10 tomos), s.e., Ed. CNCA, México, 1994.
AYALA Blanco, Jorge, La eficacia del cine mexicano, s.e., Ed. Grijalbo, México, 1996.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

PROGRAMA DE ESTUDIO

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: SEMINARIO DE ANÁLISIS DE LA REALIDAD CONTEMPORÁNEA DE MÉXICO

2. CICLO: 4º SEMESTRE

3. CLAVE: 0429

4. OBJETIVO(S) GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno analizará los principales problemas sociales, económicos y políticos contemporáneos de México.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Retrospectiva social de México de los últimos diez años.
 - a. Contexto económico-político.
 - b. Contexto científico-tecnológico.
 - c. Contexto educativo-religioso
 - d. Contexto religioso.
2. Realidad económica.
 - a. Crisis y neoliberalismo
 - b. Tratado tripartito de libre comercio
 - c. Grupos socio-económicos
3. Realidad política.
 - a. Estado, partidos políticos y pueblo
 - b. Sociedad civil: organizaciones no gubernamentales
 - c. Relaciones entre Iglesia y Estado.
4. Problemática cultural.
 - a. Pobreza en México
 - b. Ecología
 - c. Educación e identidad nacional
 - d. Derechos de la mujer y la situación de la mujer
 - e. Los medios masivos de comunicación.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Lecturas comentadas.
Discusiones dirigidas.
Elaboración de ensayos.
Proyectos de investigación.
Análisis de películas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

- S. a., Problemas de la realidad mexicana contemporánea. Estado y sistema político en México, Departamento académico de estudios generales del ITAM, s.e., Ed. ITAM, México, 1992.
- S. a., Realidad Económica de México 1995. Compendio Estadístico, Departamento de macro asesoría económica, s.e., Ed. UIA, México, 1995.
- ... RTÍNEZ Assad, Carlos, Coordinador, et. al., Religiosidad y Política en México, s.e., Ed. UIA, México, 1992.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en áreas afines a la materia.
Contar con experiencia docente de dos años como mínimo.
Tener al menos dos años de experiencia laboral en el campo.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: TEORÍA Y CRÍTICA CINEMATOGRAFICA

2. CICLO: 5º SEMESTRE

3. CLAVE: 0530

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al terminar el curso el alumno analizará las diversas expresiones filmicas a partir de los conocimientos teóricos y prácticos desarrollados.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Definición de imagen cinematográfica.
 - a. La imagen: imágenes icónicas, figurativas y abstractas
 - b. La imagen en movimiento:
 - Concepto de imagen cinematográfica desde la perspectiva de varios teóricos y cineastas.
 - Clases de imágenes:
 - Imágenes.
 - Imágenes de imágenes
 - Imagen de no imagen
 - No imagen de imagen.
 - c. Formatos:
 - Cine mudo.
 - Cine sordo.
 - Formatos mayores (70mm, 60mm y 50mm)
 - Formatos menores (35mm, 16mm y 8 mm)
 - d. Los años 50, la TV y los tipos de proyección cinematográfica:
 - Polivisión, cinerama, panorama, 360 grados y tercera dimensión

(Continúa)

2. Construcción del relativo filmico. Organización del espacio cinematográfico.
 - a. Campo: porción de espacio imaginario , creado, tomado.
 - Contracampo, fuerza del campo, profundidad del campo.
 - b. Definición de plano, ángulo, encuadre, escena, toma.
 - La intención dramática, rítmica y sintáctica.
 - c La cámara de desplaza. Movimientos de cámara, el plano secundario.
 - d. La puesta en cámara y puesta en escena, en cine documental y en cine de ficción
3. Construcción del relato filmico. Organización del tiempo cinematográfico.
 - a. Definición y aplicación de los conceptos montaje y edición (imágenes y sonidos)
 - b. Escuela soviética del montaje: Eisenstein, Pudovkin y Kulechov.
 - c. Escuela norteamericana del montaje: Griffith y Hollinwood
 - d. Los tiempos cinematográficos: real, elipsis, distensión, continuidad "flash back", "flash forward", proyección
 - e. Funciones de montaje: estético, semántico sintáctico y rítmico

(Continúa)

4. Elapas en la manufacturación cinematográfica.

- a. Pre-producción: guión literario, guión técnico, el productor, "story board", "break down", "hollywod board", "casting", equipo de trabajo, locaciones.
 - b. Realización: equipo de trabajo en acción; la coordinación y comunicación como elementos esenciales; diferentes formas de dirección (puesta en escena y puesta en cámara), el guión y la improvisación.
 - c. Post-producción: rushes, copia de trabajo, edición-montaje, doblaje, musicalización, armado de pistas, corte de negativo.
 - d. Distribución y exhibición:
 - Políticas y circuitos.
 - e. La manufacturación según el tipo de producción: documental y ficción; cine independiente o experimental y cine comercial; el sistema social de producción: en el capitalismo o en el socialismo.
5. La crítica cinematográfica.
- a. Juicios y valores estéticos en su contexto socio-cultural.
 - b. Análisis de películas por su género, corriente y autor.
 - c. Lectura y análisis de críticos, comentaristas o reseñistas publicados en los medios de comunicación.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Lecturas comentadas.
Discusión dirigida.
Análisis de videos.
Reseñas, comentarios y críticas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFIA:

MITRY, Jean, Estética y psicología del cine, s.e., Ed. Siglo XXI, España, 1986.
BENTHY, Erick, La vida del drama, s.e., Ed. Paidós, México, 1987.
SETON, Marie, Sergei M. Eisenstein. Una biografía, s.e., Ed. FCE, México, 1986.
SANCHEZ, Rafael, Montaje: Arte de movimiento, s.e., Ed. CUCEC-UNAM, México, 1993.
KOBAL, John, Las cien mejores películas, s.e., Ed. Alianza, México, 1993.
FORNET, Ambrosio, Cine, literatura y sociedad, s.e., Ed. Letras cubanas, Cuba, 1982.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales y Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales y Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

PROGRAMA DE ESTUDIO

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN TELEVISIVA _____

2. CICLO: _____ 5º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0531 _____

4. OBJETIVO(S) GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno analizará las perspectivas de la televisión y el video, así como las particularidades de su proceso de producción actual.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Historia de la televisión (Competencia tecnológica y de mercado).
 - a. El invento y su evolución:
 - La televisión.
 - Sistema de televisión.
 - El "videolape".
 - El videocasete: formatos de registro.
 - Televisión de señal restringida: por cable y vía satélite.
 - b. Perfiles actuales de la televisión en el mundo.
 - c. Desarrollo de la industria en México.
2. La televisión como industria cultural.
 - a. Teorías para su estudio: crítica culturalológica y funcionalista.
 - b. Las sociedades ópticas.
 - c. La imagen como memoria.
 - d. Sustitución de la realidad.

4. Construcción de sentido.
 - a. Géneros: realistas y no realistas
 - b. Universo diegético.
 - c. Unidad de acción: escena, secuencia y toma.
 - d. Tratamiento de cámara: tomas y emplazamientos
 - e. Tipos de iluminación y ambientación
 - f. Edición: tipos de montaje, continuidad y transiciones
 - g. Audio: registro en directo, doblaje, voz, en "off" y musicalización.
5. Televisión y video.
 - a. Discurso visual en movimiento.
 - b. Diferenciación por: uso, estética y mercado.
 - c. El video como medio alternativo:
 - Características de producción.
 - Mercado al que accede.
 - Escape a la censura.
 - Alta especificidad.
 - Capacidad integradora.
 - Funciones descriptiva, testimonial y documental.

(Continúa)

6. Aspecto técnico.

- a. Espacio: foro, "set", cabina y locación
- b. Recursos técnicos de producción:
 - Cámaras: partes, funciones, accesorios y cuidados
 - Videograbadoras, partes, funciones y cuidados.
 - La luz: medición, reflectores, lámparas y accesorios
 - El audio: micrófonos y monitoreo.
- c. Recursos técnicos de postproducción:
 - Editora.
 - "Mixer".
 - Tituladora.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Discusiones dirigidas.
Análisis de casos.
Realización de ensayos.
Prácticas de laboratorio.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

- TOSI, Virgilio, El lenguaje de las imágenes en movimiento, s.e., Ed. Grijalbo, México, 1993.
- WILLIAMS, Raymons, La televisión, s.e., Ed. Paidós, México, 1991.
- GÓNZALEZ, Fernando, Historia de la televisión mexicana, s.e., Ed. Fernando Gonzalez, México, 1994.
- FERNÁNDEZ, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, s.e., Ed. Juan Pablos, México, 1990.
- ALBERT, Pierre, Historia de la radio y la televisión, s.e., Ed. FCE, México, 1993.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en comunicación o periodismo.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en producción de televisión o video.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ TALLER DE DISEÑO GRÁFICO _____

2. CICLO: _____ 5º SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0532 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno aplicará los elementos fundamentales del diseño y las artes gráficas en la resolución de situaciones de la comunicación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

- i. Las artes gráficas.
 - a. Concepto de las artes gráficas.
 - b. Evolución de las artes gráficas.
 - c. Artes visuales, artes gráficas y el diseño.
 - d. Aportaciones de las artes gráficas a la comunidad.
 - e. Relación del diseño con las artes gráficas.
2. Elementos del diseño.
 - a. Tipos de diseño: gráfico, visual, industrial.
 - b. La forma:
 - Percepción de la forma.
 - Composición.
 - El campo visual.
 - Contraste.
 - Borde y texturas visuales.
 - c. La figura:
 - Elementos en la figura.
 - Organización de los elementos para la organización de la figura

(Continúa)

- d. Movimiento y equilibrio:
 - La unidad visual.
 - Movimiento en la unidad.
 - Equilibrio de la unidad.
- e. Proporción y ritmo:
 - Fundamentos de proporción y ritmo.
 - Predominio y subordinación.
- f. El color:
 - Percepción del color.
 - Dinámica del color.
 - Relaciones del color.
 - Pigmento y tono.
 - Control del color.

(Continúa)

g. Las dimensiones espaciales de lo representado concreto y abstracto:

- Espacio plástico, espectralorial.
- La perspectiva.
- Superficie y profundidad.
- Campo y encuadre.
- Desencuadre.
- El marco y sus funciones.
- Marco concreto y marco abstracto
- La pirámide visual.
- h. los valores plásticos:
 - Plástica e icónica.
 - La gramática plástica.
 - La composición.

3. Visualizaciones gráficas.

- a. El rough.
- b. El boleteo.
- c. El original.
- d. La fotografía.
- e. La ilustración.
- f. El montaje:
 - Preparación y protección del arte final.
 - Arte final con separación de colores.
 - Guías de corte y registros de impresión.

4. Posibilidades en los procesos de impresión.

- a. Procesos fotomecánicos.
- b. Pruebas e impresión a colores.
- c. Impresión y offset.
- d. Impresión en serigrafía.
- e. Grabados y huecograbados.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Análisis de casos.
Realización de prácticas.
Elaboración de un proyecto final.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

- 1. SWANN, Alan, Bases del diseño gráfico, 2ª ed., Ed. G. G., Barcelona, 1992.
- 2. HARTLEY, E., Jackson. Introducción a la práctica de las artes gráficas, s. e., Ed. Trillas, México, 1990.
- 3. KOREN, Leonard, Recetario de diseño gráfico, 2ª ed., Ed. G. G., México, 1994.
- 4. MUNARI, Bruno, Diseño y comunicación visual, 10ª ed., Ed. G. G., Barcelona, 1990.
- 5. SCOTT, Robert G., Fundamentos del diseño, s. e., Ed. Limusa, México, 1991.
- 6. AICHER, Otl, Sistemas de signos en la comunicación visual, 2ª ed., Ed. G. G., Barcelona, 1981.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias y Artes para el Diseño o Comunicación.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Diseño Gráfico.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: TALLER DE AUDIO

2. CICLO: 5º SEMESTRE 3. CLAVE: 0533

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno producirá mensajes vía audio, a partir de la correcta utilización del medio y la selección del lenguaje, género y formato radial.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Consideraciones para la producción en audio.
 - a. ¿Qué tengo, cómo lo exploto?
 - b. Manejo y utilización del equipo de audio.
 - c. Etapas de una producción en audio (Preproducción, producción y postproducción).
 - d. Las funciones operativas que se asignan para la producción en audio.
 - e. La detección de necesidades: etapa previa a la elaboración de un producto de audio.
2. Barra programática.
 - a. Preproducción:
 - Delimitación del perfil de la barra.
 - Selección del público destinatario.
 - Diseño del contenido programático según su naturaleza.
 - b. Producción de la barra programática:
 - Diseño de elementos que visiten a una barra programática (promocionales, "spots", identificaciones institucionales y no institucionales).

(Continúa)

- Elección de voces ("Casting").
- Diseño de guía u hoja de continuidad y reloj de programación, según sea el caso.
- Grabación.
- c. Postproducción:
 - Edición, musicalización y montaje
- 3. Cultura y educación en radio.
 - a. Preproducción:
 - Propuesta de un programa de revista radial
 - Objetivos a alcanzar
 - Investigación para la detección de necesidades
 - Delimitación del público destinatario
 - b. Producción:
 - Elaboración del guión
 - Etapa de grabación.
 - c. postproducción:
 - Edición, musicalización y montaje

(Continúa)

4. El género literario en radio.

a. Preproducción:

- Selección de la obra.
- Selección y delimitación del público.

b. Producción:

- Adaptación de la obra a la radio.
- Selección de recursos humanos y radiales.
- Elaboración de un guión.
- Etapa de grabación.

c. Postproducción:

- Edición, musicalización y montaje.

5. Periodismo radial.

a. Preproducción:

- Construcción de un formato para noticiero.

b. Producción:

- Proceso de recolección de información.
- Etapa de grabación del material informativo.
- Guión informativo.
- Emisión en vivo del segmento noticioso.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Diseño y producción de una barra programática con duración de una hora.
Propuesta y producción de un segmento cultural-informativo con duración de 30 minutos.
Adaptación y producción de un cuento o novela, al formato radial, con duración libre.
Producción de un segmento informativo, noticioso, con duración de una hora.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

- (1) KAPLÚN, Mario, Producción de programas de radio. El guión. La realización, s. e., Ed. Cromacolor CILESPAL, Ecuador, 1994.
- (2) ROMO Gil, Ma. Cristina, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, s. e., Ed. Diana, México, 1995.
- (3) PÉREZ, Mario A., Prácticas radiofónicas. Manual del productor, s. e., Ed. Porrúa, México, 1996.
- (4) ORTIZ, Miguel Ángel, Técnicas de comunicación en radio. La realización radiofónica, s. e., Ed. Paidós, España, 1994.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en ciencias de la comunicación o periodismo.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en producción para radio.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ MERCADOTECNIA _____

2. CICLO: _____ 5º SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0534 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno identificará los elementos que se deben analizar para determinar el impacto de los medios masivos en el público.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Medio impresos.
 - a. Análisis comparativo de formatos, papel y tintas.
 - b. Elementos gráficos de presentación y atracción.
 - c. Segmentos de mercado receptivos a su contenido y su publicidad.
 - d. Análisis de precio, distribución y promoción del medio.
 - e. Análisis de la congruencia del perfil.
2. Estaciones radiodifusoras.
 - a. Análisis comparativo de su programación.
 - b. Elementos sonoros de presentación y atracción
 - c. Segmentos de mercado receptivos a su contenido.
 - d. Volumen de publicidad.
 - e. Cobertura y alcance de la estación.
 - f. Promoción del medio.
 - g. Análisis de congruencia del perfil.
3. Estaciones televisoras.
 - a. Análisis comparativo de su programación.
 - b. Elementos visuales y sonoros de presentación y atracción.
 - c. Segmentos de mercado receptivos a su contenido y su publicidad.
 - d. Volumen de publicidad.
 - e. Cobertura y alcance de la estación.
 - f. Promoción del medio.
 - g. Análisis de congruencia del perfil.
4. Evaluación mercadológica del medio.
 - a. Fuentes de información.
 - b. Concepto del universo y rating.
 - c. Encendidos, penetración, participación y "TARGET".
 - d. Costo por millar y costo por punto de rating
 - e. Impactos, porcentaje de participación, alcance y frecuencia

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Análisis e interpretación de contenidos.
Seguimiento, descripción y comparación de medios.
Entrevistas con funcionarios de los medios y agencias de publicidad.
Investigación documental.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

- LOUDON, David, Comportamiento del consumidor, s.e., Ed. Mc Graw Hill, México, 1995.
- S. a., Manuales prácticos de marketing. Como evaluar su publicidad, s.e., Ed. Díaz de Santos, Madrid, 1988.
- S. a., Manual para la selección de medios publicitarios, s.e., Ed. Mercamétrica, México, s.f.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en el área Económico Administrativa.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en el área Económico Administrativa.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ COMPUTACIÓN MULTIMEDIA _____

2. CICLO: _____ 5° SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0535 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno aplicará herramientas de cómputo, para la elaboración de productos comunicativos en audio y video.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Herramientas de multimedia.
 - a. Definición de multimedia, dispositivos y componentes.
 - b. Tarjetas de sonido y grabación.
 - c. CD ROM.
 - d. Tarjetas gráficas.
 - e. Estándares y captura de video.
 - f. Herramientas de autor.
 - g. Creación de proyectos.
2. Sonido en multimedia.
 - a. Conceptos generales de sonido.
 - b. Calidad de sonido.
 - c. Almacenamiento y grabación de sonido.
 - d. Edición y manipulación de la huella de sonido.

3. Imagen en multimedia.
 - a. Conceptos generales de imagen.
 - b. Digitalización de imagen.
 - c. Comprendiendo el concepto OCR.
 - d. Cámara electrónica y su panorámica.
 - e. Retoque de imagen.
 - f. Formatos gráficos y su conversión.
4. Video en multimedia.
 - a. Operación del monitor.
 - b. Video en movimiento.
 - c. Grabación de video.

(Continúa)

5. Animación básica.
 - a. Componentes y herramientas.
 - b. Ensamble del CAST.
 - c. Grabación en tiempo real.
 - d. Ejecución de la animación.
 - e. Empleo de efectos de tinta.
 - f. Configuración de color de fondo y efectos de tinta.
 - g. Capas.
 - h. Grabación por pausas.
 - i. Creación de proyectos.
6. Creación e inserción de texto.
 - a. Creación de titulares.
 - b. Creación, uso y visualización de texto.
 - c. Bordes y sombra.
 - d. Conversión de texto a mapa de bits.
7. Animación de secuencias.
 - a. Coloración y uso de una secuencia de miembros del scrit.
 - b. Creación de un ciclo de películas.
8. Herramientas adicionales.
 - a. Uso de sonidos.
 - b. Técnicas adicionales de animación.
 - c. Creación de efectos.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Realización de prácticas.
Resolución de problemas.
Elaboración de productos terminados.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

JAMSA, Kris. La magia de multimedia, s.e., Ed. Mc Graw Hill, México, 1994.
S.A., Director. User Guide, s.e., Ed. Macromedia, Canadá, 1995.
S.A., Director. Handbook, s.e., Ed. Macromedia, Canadá, 1995.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Sistemas Computacionales.
Contar con experiencia docente de tres años como mínimo.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en cómputo.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: INVESTIGACIÓN EMPÍRICO-ANALÍTICA

2. CICLO: 5º SEMESTRE

3. CLAVE: 0536

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno aplicará los supuestos básicos de la metodología en el marco del paradigma empírico-analítico en la investigación de fenómenos comunicativos.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. La verdad del método en las ciencias sociales.
 - a. El método, requisito de la verdad científica.
 - b. Elementos básicos del método y su aplicación estricta.
 - c. Método y verificación de la técnica.
2. Requisitos mínimos del proceso de investigación.
 - a. Delimitación del problema de investigación.
 - b. Hipótesis y variables de investigación.
 - c. Metodología de investigación.
3. Diseño de instrumentos de investigación de campo.
 - a. Cuestionario.
 - b. Entrevista.
 - c. Encuesta.
4. La estadística como una realidad.
 - a. El número como aspecto básico de la investigación
 - b. La abstracción de la realidad a través de lo cuantitativo
 - c. Razonamiento estadístico.
 - d. Estadística aplicada.
5. La recolección del dato.
 - a. La realidad a través de las técnicas de investigación
 - b. El individuo y la aplicación de lo social
 - c. Interpretación de los datos.
6. Conclusiones.
 - a. Afirmaciones tras verificar las hipótesis
 - b. Redacción del reporte.
 - c. Verificación de la teoría.
 - d. Otras líneas de investigación.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Discusión dirigida.
Exposición de temas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFIA:

BUNGE, Mario, La ciencia, su método y su filosofía, s. e., Ed. Ariel, Argentina, 1989.
SELLTIZ, Clarie, Métodos de investigación de las relaciones sociales, s. e., Ed. RIALP, España, 1987
ECO, Umberto, Cómo hacer una tesis, s. e., Ed. Gedisa, España, 1991.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: SEMINARIO DE LA PROBLEMÁTICA EXISTENCIAL DEL HOMBRE CONTEMPORÁNEO

2. CICLO: 5º SEMESTRE

3. CLAVE: 0537

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno examinará las distintas problemáticas que en torno al sentido de la vida se plantean para el hombre actual.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. El sentido de la vida y el problema de la trascendencia.
 - a. Finitud y temporalidad humana.
 - b. La pregunta por el sentido de la vida.
 - c. Trascendencia y hecho religioso.
2. El vacío existencial del hombre contemporáneo.
 - a. El hombre, un ser insatisfecho.
 - b. La negación de la existencia del absoluto.
 - c. El materialismo práctico.
 - d. El fracaso de la ciencia y de la técnica ante el problema del sentido de la vida.
 - e. Despersonalización de la convivencia humana.

(Continúa)

3. La apertura hacia la trascendencia como una respuesta al vacío existencial.
 - a. La insatisfacción existencial y la necesidad de trascender
 - b. La práctica religiosa en el hombre contemporáneo
 - c. Las imágenes del absoluto en el mundo contemporáneo

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Lecturas comentadas.
Discusiones dirigidas.
Elaboración de ensayos.
Investigación documental.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

GEVAERT, Joseph, El problema del hombre. Introducción a la antropología filosófica, 8ª ed., s. Ed., España, 1991.
GRINBERG-ZYLBERBAUM, Jacobo, Las creaciones de la existencia, s.e., Ed. Trillas, México, 1994.
MORENO Aranda, José Luis, Dios y la ciencia, s.e., Ed. UIA, México, 1995.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Ser al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: SEMINARIO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

CICLO: 60 SEMESTRE 3. CLAVE: 0638

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

1.1. Énfasis del curso el alumno: analizará los aspectos básicos de los procesos de publicidad y propaganda, necesarios para su planeación estratégica.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. La necesidad de difundir ideas.
 - a. Desarrollo histórico de la publicidad y la propaganda.
 - b. Diferenciación de conceptos.
 - c. Comunicación publicitaria.
 - d. Comunicación propagandista.
2. Naturaleza de la publicidad.
 - a. Relación entre la mercadotecnia y la publicidad
 - b. Funciones y objetivos de la publicidad
 - c. El ciclo de la publicidad.

(Continúa)

3. Naturaleza de la propaganda.
 - a. Comunicación política.
 - b. Comunicación institucional
 - c. Funciones y objetivos de la propaganda
4. Incidencia de la publicidad y la propaganda en los procesos económicos, sociales, políticos y culturales.
 - a. Los procesos económicos: la productividad, competencia, los precios.
 - b. Los procesos sociales: la demanda de información, el derecho a la elección, niveles de vida.
 - c. Los sistemas políticos: proselitismo, procesos electorales, opinión pública.
 - d. Los procesos culturales como contexto de la vida cotidiana

(Continúa)

- 5. Aspectos del comportamiento humano relacionados con la publicidad.
 - a. Características del público: perfiles demográficos y psicográficos, estilos de vida.
 - b. Comportamiento del individuo ante la publicidad y la propaganda.
 - El proceso persuasivo.
 - El proceso de adopción.
 - El posicionamiento.

- 6. Planeación estratégica de la publicidad y la propaganda.
 - a. Mercadotecnia y marketing político.
 - b. La etapa de investigación.
 - c. El plan de mercado.
 - d. La estrategia creativa
 - e. La estrategia de comunicación:
 - Estrategia de comunicación política y creación de imagen.
 - Estrategia de comunicación institucional.

- 7. Aspectos ejecutables de la publicidad y la propaganda.
 - a. De la estrategia a la ejecución.
 - b. Creación de textos.
 - c. Palabras, imágenes y sonido.
 - d. Marcas de fábrica y envases.
 - e. La imagen institucional y personal.
 - f. La campaña.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Análisis y discusión de las conclusiones.
Análisis de casos.
Realización de ensayos.
Elaboración de un proyecto final.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

KRAUS Sidney, Comunicación masiva. Sus efectos en el comportamiento político, s.e., Ed. Trillas, México, 1991.
LABARRIERE Jean Louis et. al., Teoría política y comunicación, s.e., Ed. Gedisa, Barcelona, 1992.
PACKARD Vance, Las formas ocultas de la propaganda, s.e., México, 1991.
MATTELART Armand, La publicidad, s.e., Ed. Paidós, Barcelona, 1991.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanitarias.
Tener al menos 3 años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanitarias.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: TALLER DE VIDEO

2. CICLO: 6º SEMESTRE 3. CLAVE: 0639

4. objetivo(s) general(es) de la asignatura:

al término del curso, el alumno: realizará producciones audiovisuales para uso televisivo o de video, identificando los géneros de cada caso.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Producción para televisión.
 - a. Organización de la producción.
 - b. Géneros televisivos.
 - c. Producción de reportajes.
 - d. Producción de un "spot" comercial o promocional.
 - e. Realización de un noticiero en vivo.
 - f. Producción de una ficción.
 - g. Producción de una cápsula cultural o educativa.
 - h. Análisis de forma y contenido de los mensajes producidos.

2. El Video independiente.
 - a. Organización de la producción.
 - b. Los espacios de la comunicación audiovisual masiva.
 - c. Usos del video.
 - d. Producción de video experimental.
 - Videoclip.
 - Video-rock
 - Video-arte.
 - e. Producción de video de capacitación
 - f. Producción de video institucional.
 - g. Producción documental independiente
 - h. Análisis de forma y contenido de los mensajes producidos.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Producción de mensajes en video.
Investigación documental y de campo.
Realización de ensayos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

FERRES Prats Joan, El video, s.e., Ed. GG, México, 1991.
PÉREZ Orma José Ramón, El arte del video, s.e., Ed. Serbal, España, 1991.
PERRIAULT Jaques, Las máquinas de comunicar y su utilización lógica, s.e., Ed. Gedisa, España, 1991.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
Tener al menos 3 años de experiencia laboral en producción de video.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ COMUNICACIÓN DEL ESTADO _____

2. CICLO: 60 SEMESTRE _____

3. CLAVE: 0640 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno: analizará los procesos de comunicación del Estado, así como la relación con medios privados.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Teoría social de la comunicación.
 - a. Bases epistemológicas.
 - b. Propuesta metodológicas
2. Comunicación social.
 - a. Intercambio entre sociedad y concepción del mundo
 - b. Afectaciones entre comunicación pública y sistema social.
 - c. Concepto de comunicación pública y comunicación institucional.
3. El Estado.
 - a. Funciones y afines.
 - b. La institución pública.
 - c. Aparato estatal y política.
 - d. Políticas de comunicación.
 - e. Política internacional de comunicación

(Continúa)

4. Aparatos de comunicación del Estado.
 - a. Oficina de comunicación social:
 - Boletín de prensa.
 - Comunicados oficiales y Diario Oficial de la Federación
 - b. Planeación y rueda de prensa
 - Conferencia y crónica de las actividades de la presidencia de la república.
 - CEPROPIE.
 - c. La prensa del Estado.
 - d. Dirección general de radio, televisión y cinematografía
 - e. Televisión del Estado.
5. Los medios privados al servicio del Estado
 - a. El Estado y los medios privados, mecanismos de regulación

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Lecturas comentadas.
Análisis de casos.
Realización de boletines y ruedas de prensa.
Discusiones dirigidas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

SERRANO Manuel Martín, La producción social de la comunicación, Alianza editorial, España, 1986.
ESTEINOU Javier, Economía política y medios de comunicación, s.e., Ed. Trillas, México, 1990.
PRIETO Castillo Daniel, Discurso autoritario y comunicación alternativa, s.e., Premia Editora, México, 1991.
ARNAIZ Aurora, Estructura del estado, s.e., Ed. Porrúa, México, 1979.
S.a., Políticas de comunicación social, Secretaría de Gobernación, México, 1994.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos 3 años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

PROGRAMA DE ESTUDIO

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

2. CICLO: 60 SEMESTRE _____

3. CLAVE: 0641

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno: analizará cada uno de los elementos que interviene en los procesos comunicativos de las organizaciones.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Definición de conceptos.
 - a. Organización.
 - b. Comunicación organizacional.
 - c. Comunicación interna y externa.
2. La comunicación en las distintas corrientes del comportamiento organizacional.
 - a. Corriente clásica.
 - b. Corriente humanista.
 - c. Corriente de sistemas.
 - d. Corriente de contingencia.
3. Papel de la comunicación organizacional.
 - a. Liderazgo y habilidades de comunicación.

(Continúa)

- b. Tipología de la comunicación organizacional.
- c. Determinantes de la efectividad de la comunicación organizacional.
4. Comunicación formal.
 - a. Comunicación descendente.
 - b. Comunicación ascendente.
 - c. Comunicación horizontal.
5. Comunicación informal y rumor.
 - a. Análisis de la comunicación informal.
 - b. Utilización y neutralización de la comunicación informal.
 - c. Análisis del rumor.
 - d. Neutralización del rumor.

(Continúa)

6. Comunicación, motivación y productividad.
 - a. Análisis funcional de la organización.
 - b. Conceptos básicos de motivación.
 - c. La comunicación ante las expectativas individuales y organizaciones.
7. La retroalimentación en las organizaciones.
 - a. Tipología de la retroalimentación.
 - b. Evaluación del desempeño.
 - c. Sondeo de opinión.
8. Cultura organizacional y comunicación.
 - a. Definición de conceptos.
 - b. Importancia de la cultura organizacional.
 - c. Campos de los valores organizacionales.
 - d. Manifestaciones culturales en las organizaciones.
 - e. Cultura organizacional y comunicación.
 - f. Recursos simbólicos.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Análisis de casos.
Exposición de temas.
Elaboración de documentos administrativos.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFIA:

FERNÁNDEZ Collado Carlos, La comunicación en las organizaciones, s.e., Ed. Trillas, México, 1995.
MARTÍNEZ de Velasco Alberto, Comunicación organizacional, s.e., Ed. Trillas, México, 1993.
ROBBINS Stephen, Comportamiento organizacional, s.e., Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, México, 1996.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos 3 años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

PROGRAMA DE ESTUDIO

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: ANÁLISIS CRÍTICO DE LA COMUNICACIÓN

2. CICLO: 6o SEMESTRE

3. CLAVE: 0642

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno: analizará los contenidos de la comunicación masiva, en cuanto a la construcción y tendencia ideológica.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Comunicación masiva.
 - a. Características: del mensaje, del auditorio, del emisor.
 - b. funciones y distfunciones.
 - c. Los medios masivos como industrias culturales.
2. Imaginario social (dimensión psico social).
 - a. Inconsciente colectivo: arquetipos, estereotipos y prejuicios
 - b. Engaño de masas: mediatización, mercado simbólico, negociación.
3. Poder y comunicación. (dimensión político-social).
 - a. Hegemonía y democracia.
 - b. Características del sistema mexicano de comunicación
 - c. Medios y politización.

(Continúa)

4. Postmodernidad y comunicación (dimensión socio-cultural).
 - a. Crisis de las ideologías.
 - b. Masificación:
 - De lo popular a lo masivo.
 - De lo masivo a lo popular
 - c. Globalización cultural.
 - d. El regreso como búsqueda.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Estudio de casos.
Discusiones dirigidas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

WRIGHT Charles, Comunicación de masas, s.e., Ed. Paidós, México, 1973.
WOLF Mauro, La investigación de la comunicación de masas, s.e., Ed. Paidós, México, 1996.
KRIPPENDORFF K., Metodología de análisis de contenido, s.e., Ed. Paidós, México, 1996.
PERCEVAL J.M., Nacionalismos, xenofobia y racismo en la comunicación, s.e., Ed. Paidós, México, 1996.
WEIL P., La comunicación global, s.e., Ed. Paidós, México, 1996.
MCLUAN Marshall, La aldea global, s.e., Ed. Gedisa, España, 1995.
PICO Josep, Modernidad y postmodernidad, s.e., Ed. Alianza, México, 1995.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Contar con experiencia docente de 2 años mínimo.
Tener al menos 3 años de experiencia laboral en contacto con los medios masivos.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

PROGRAMA DE ESTUDIO

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: ANÁLISIS MERCADOLÓGICO DE LOS MEDIOS MASIVOS

2. CICLO: 6º SEMESTRE

3. CLAVE: 0643

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno: distinguirá los públicos a los que se destinan distintos medios de comunicación masiva, de acuerdo con su estructura.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Análisis de los medios impresos.
 - a. Análisis comparativo de formatos, papel y tintas.
 - b. Elementos gráficos de presentación y atracción.
 - c. Segmentos de mercado receptivos a su contenido y su publicidad.
 - d. Análisis de precio, distribución y promoción del medio.
 - e. Análisis de la congruencia del perfil.
2. Análisis de estaciones radiodifusoras.
 - a. Análisis comparativo de su programación.
 - b. Elementos sonoros de presentación y atracción.
 - c. Segmentos de mercado receptivos a su contenido.
 - d. Volumen de publicidad.
 - e. Cobertura y alcance de la estación.
 - f. Promoción del medio.
 - g. Análisis de congruencia del perfil.
3. Análisis de estaciones televisoras.
 - a. Análisis comparativo de su programación.
 - b. Elementos visuales y sonoros de presentación y atracción.
 - c. Segmentos de mercado receptivos a su contenido y su publicidad.
 - d. Volumen de publicidad.
 - e. Cobertura y alcance de la estación.
 - f. Promoción del medio.
 - g. Análisis de congruencia del perfil.
4. Evaluación mercadológica del medio.
 - a. Fuentes de información.
 - b. Concepto del universo y rating.
 - c. Encendidos, penetración, participación y "TARGET".
 - d. Costo por millar y costo por punto de rating.
 - e. Impactos, porcentaje de participación, alcance y frecuencia.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Análisis e interpretación de contenidos.
Seguimiento descripción y comparación de medios.
Entrevistas con funcionarios de los medios y agencias de publicidad.
Investigación documental.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFIA:

LOUDON David, Comportamiento del consumidor, s.e., Ed. McGraw Hill, México, 1995.
S. a., Biblioteca de Manuales prácticos de marketing, como evaluar su publicidad, s.e., Ed. Diaz de Santos, Madrid, 1988.
S. a., Manual para la selección de medios publicitarios, s.e., Ed. Mercamétrica ediciones, México, s/f.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Económico Administrativo.
Tener al menos 3 años de experiencia laboral en Económico Administrativa.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: INVESTIGACIÓN HERMENÉUTICO-CRÍTICA

2. CICLO: 60. SEMESTRE

3. CLAVE: 0644

4. OBJETIVO(S) GENERALES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso el alumno: aplicará los supuestos básicos de los paradigmas hermenéutico, crítico y la teoría de sistemas en la investigación de acciones comunicativas.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

- | | |
|---|---|
| <p>1. Aplicación hermenéutica lingüísticas al estudio de la comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none">a. Texto y contexto.b. La literatura y acción comunicativa.c. El interaccionismo simbólico y su expresión en el teatrod. La etnometodología y la transcripción de la accióne. La pragmática y el discurso político <p>2. Aplicaciones hermenéuticas críticas a la investigación de los actos comunicativos.</p> <ul style="list-style-type: none">a. Racionalidad instrumental y la planeación de estrategias.b. Racionalidad comunicativa y acciones de consensoc. Intereses: técnico, práctico y emancipatoriod. Comunidades ideales de habla. | <p>(Continúa)</p> <p>3. Aplicaciones investigativas a partir de la teoría de sistemas.</p> <ul style="list-style-type: none">a. El individuo como entorno.b. ¿Cuál es el proyecto social ante los sistemas? <p>4. Investigaciones que retoman los distintos paradigmas.</p> <ul style="list-style-type: none">a. Análisis del manejo de imagen de Carlos Salinas de Gortarib. Análisis de producción literaria "El vuelo del águila"c. Campaña del consejo nacional de población 1996-1997d. Ejercicio de reinterpretación de la historia de la Nueva España, según Bernal Díaz del Castillo.e. Análisis del discurso de Carlos Salinas de Gortari. <p>5. Diseño y aplicación de una metodología.</p> <ul style="list-style-type: none">a. Supuestos básicos del paradigmab. Objetivo y metodologíac. Proceso de investigaciónd. Valoración del proceso de investigacióne. Reflexiones finales |
|---|---|

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación hemerográfica.
Comentario de lecturas.
Exposición de grupos.
Diseño de esquemas de investigación.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

MARDONES Y URSUA, Filosofía de las ciencias humanas y sociales, 2ª ed., Ed. Fontamara, México, 1983.
FRI EDMAN George, La filosofía política de la escuela de Frankfurt, s.e., Ed. F.C.E., México, 1990.
DÁVILA Aldás Francisco, Teoría, ciencia y metodología en la era de la modernidad, s.e., Ed. Fontamara, México, 1991.
MENDIOLA Alfonso y Zermeno Guillermo, "El impacto de los medios de comunicación y análisis del Vuelo del Águila", conferencia,
Universidad Veracruzana.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos 3 años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

2. CICLO: 7º SEMESTRE

3. CLAVE: 0745

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno analizará el desarrollo de las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación, así como sus efectos.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Sistemas de información.<ol style="list-style-type: none">a. Naturaleza de la información.b. Sociedad Informatizada.c. Flujo Internacional de datos.d. "Comunicación".e. PC/TV.f. El papel de las nuevas tecnologías.g. Sistemas de información y educación.h. Internet: nicho comercial.2. Sistemas satelitales.<ol style="list-style-type: none">a. Teletexto, videotexto, cabletextob. Microondas.c. Fibra óptica.d. Alta definición.e. D T H. | <p>(Continúa)</p> <ol style="list-style-type: none">f. Técnicas avanzadas.g. Telecomunicación y cambio socialh. Fragmentación del público.i. Necesidades básicas vs. necesidades inducidasj. Identidad, pérdida o conservación.k. Ideología, penetración o independencial. Función social de la televisión y del audio en el futuro3. Experimentación de técnicas.<ol style="list-style-type: none">a. Frecuencias y posiciones orbitalesb. Uso de los satélitesc. Aprovechamiento militar del satélite.d. Satélites de comunicación y perspectivas de la teledifusióne. Participación satelital mexicana.f. Comunicación satelital e idiomag. Progreso tecnológico y progreso socialh. Reproducciones culturales de la comunicación via satélite |
|--|---|

(Continúa)

- 4. Efectos colaterales.
 - a. Nuevas tecnologías e investigación sobre las masas.
 - b. Derecho internacional y la aplicación de nuevas tecnologías.
 - c. Riesgos, usos y efectos de las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Análisis de casos.
Ensayos.
Discusiones dirigidas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

LOUVIER Calderón, Juan, Cultura mexicana y globalización, s. e., Ed. EDAMEX, México, 1995.
GARCÍA Canclini, Ernest, Culturas híbridas, s. e., Ed. Grijalbo, México, 1990.
VILLANUEVA, Ernesto, El sistema jurídico de los medios de comunicación en México, s. e., Ed. UAM, México, 1995.
GÓMEZ, Carmen, Desafíos de los nuevos medios de comunicación, s. e., Ed. Diana, México, 1992.
RICHERI, Guisepe, La televisión entre servicio público y negocio, s. e., Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales y Humanas.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en medios masivos.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ TALLER DE PUBLICIDAD _____

2. CICLO: _____ 7º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0746 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno diseñará un proyecto publicitario, donde integre estrategias de mercadotecnia creativas y de construcción de mensajes que satisfagan necesidades específicas y reales.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Análisis mercadológico y situacional del bien o servicio.
 - a. Misión de la empresa o producto.
 - b. Objetivos mercadológicos del producto o servicio; evaluación del producto.
 - c. Antecedentes históricos de la empresa.
 - d. Evaluación de la competencia.
 - e. Diagnóstico mercadológico.
 - f. Diseño de brief.
2. La estrategia de planeación publicitaria para una campaña.
 - a. Qué es un plan de publicidad y cuál es su utilidad.
 - b. Elementos y etapas del plan de publicidad.
 - c. Antecedentes publicitarios.
 - d. Objetivos de comunicación publicitarias.
 - e. Perfil del target.
 - f. Tono de la publicidad.
 - g. Diseño del reason "Why?"
 - h. Construcción de la propuesta única de venta.

(Continúa)

- i. La transformación de la información en estrategia creativa.
- j. Plataforma creativa.
3. La selección de los medios publicitarios en una campaña.
 - a. Tipos, características y utilidad de los medios publicitarios.
 - b. Principales tareas del departamento de medios de una agencia.
 - c. Selección del medio por su utilidad.
 - d. Selección del medio por costo por millar.
 - e. Selección del medio por punto de rating.
 - f. Gross rating point (audiencia responde).
 - g. Plan de medios.
 - h. Consideraciones para el presupuesto de campaña.
 - i. Propuesta de presupuesto.
4. Presentación de la campaña.
 - a. Estrategia de venta.
 - b. Generalidades para una presentación de campaña.
 - c. Herramientas de apoyo.
 - d. La puesta en escena de una presentación.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación de mercado.
Análisis y discusión de casos mercadológicos y campañas publicitarias.
Elaboración de proyecto.
Entrevistas a profesionales en el ramo de la publicidad.
Investigación documental.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

RUSSELL, Thomas y Ronald, Lane, Manual de publicidad, s.e., Ed. Prentice Hall Hispanoamérica, México, 1995.
FERRER, Eulallo, El lenguaje de la publicidad, s.e., Ed. FCE, México, 1994.
QUALTERI, T.H., Publicidad y democracia en la sociedad de masas, s.e., Ed. Paidós, México, 1996.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Económico Administrativas.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en comunicación organizacional.



UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ SEMINARIO INTEGRADOR DE LA COMUNICACIÓN _____

2. CICLO: _____ 7º SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0747 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno analizará diversas problemáticas comunicativas desde distintas dimensiones y propondrá soluciones, sin soslayar los fundamentos epistemológicos.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

- | | |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Breve revisión epistemológica de las ciencias de la comunicación.<ol style="list-style-type: none">a. Examinar los conceptos epistemológicos clave, para la comprensión del desarrollo y de las nuevas propuestas, en el campo de estudio y aplicación de la comunicación.b. Ciencia y paradigmas de investigación.2. Estudio y aplicación de las teorías de la recepción y la mediación en América Latina, en los niveles personal y grupal.<ol style="list-style-type: none">a. La observación etnográfica.b. El estudio de la recepción, propuestas teórico-prácticas.c. Modelos de recepción en los niveles intrapersonal, interpersonal, grupal y en la comunicación alternativa.d. Los medios de comunicación, la familia, la escuela, la iglesia y el arte, como instituciones administradoras de información. | <p>(Continúa)</p> <ol style="list-style-type: none">3. Estudio y aplicación de las teorías de la recepción y la mediación en América Latina, en los medios de comunicación masiva.<ol style="list-style-type: none">a. Propuesta metodológica.b. Estudio y aplicación en la prensa, la radio, la televisión y la comunicación social.4. Estrategias multimedios. Detección de problemas comunicativos y propuestas de solución.<ol style="list-style-type: none">a. Investigación-acción participativa. Concepto, funciones, operatividad y objetivos.b. Técnicas de investigación-acción: presencia observación, autodiagnóstico, intervención, activación, incentiación, recuperación, crítica y movilización.c. Planeación y recursos.d. Elaboración, aplicación y ejecucióne. Evaluación |
|---|--|

(Continúa)

5. Aplicación del estudio de la recepción, de la mediación y estrategia multimedios, en diversas problemáticas comunicativas e interdisciplinarias.
- a. En la comunicación educativa.
 - b. En la educación artística.
 - c. En la comunicación organizacional pública.
 - d. En la comunicación organizacional privada.
 - e. En las pequeñas y grandes comunidades.
 - f. En otras disciplinas que ejemplifiquen la necesidad de que intervenga un comunicólogo, en un acto interdisciplinario.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Lecturas comentadas.
Análisis de propuestas metodológicas.
Ponencias.
Investigación de campo.
Charlas con especialistas de otras disciplinas que enfrenten problemas comunicativos en su ejercicio profesional.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

PICCINI, Mabel, Introducción a la pedagogía de la comunicación, s.e., Ed. UAM-Xochimilco, México, 1984.
LUNA, Carlos, Campo académico de la comunicación, hacia una reconstrucción reflexiva, s.e., Ed. ITESO-CNCA, México, 1995.
MARTÍN Barbero, Jesús, Procesos de comunicación y matrices de cultura, s.e., Ed. GG, México, 1987.
BOURDIEU, Pierre, Sociología y cultura, s.e., Ed. Grijalbo, México, 1987.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en el ámbito de la comunicación.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ **RELACIONES PÚBLICAS** _____

2. CICLO: _____ 7º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0748 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno diseñará un proyecto de relaciones públicas.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Concepto de relaciones públicas.
 - a. Definición de relaciones públicas.
 - b. Objetivo e importancia de la función de relaciones públicas.
 - c. Antecedentes históricos.
 - d. Públicos de la organización.
 - e. Relaciones públicas y publicidad.
2. Perfil del publicrelacionista.
 - a. Disciplinas que intervienen en la función de relaciones públicas.
 - b. Principios básicos para la función de relaciones públicas.

(Continúa)

3. La organización como sistema y la función de relaciones públicas en éste.
 - a. Concepto de sistema.
 - b. Tipología de los sistemas.
 - c. Elementos de un sistema.
 - d. Homeostasis y función de relaciones públicas.
 - e. Retroalimentación y relaciones públicas.
4. Etapas del proceso de comunicación en la función de relaciones públicas.
 - a. El emisor.
 - b. El mensaje.
 - c. Los medios de difusión.
 - d. El receptor y su contexto ante los mensajes de relaciones públicas.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Lecturas comentadas.
Exposición de temas.
Resolución de un caso real, mediante la elaboración de un proyecto.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

RÍOS Szalay, Jorge, Relaciones públicas, 4ª. ed., Ed. Trillas, México, 1995.
BONILLA Gutiérrez, Carlos, La comunicación, función básica de las relaciones públicas, s.e., Ed. Trillas, México, 1994.
COSTA, Joan, Identidad corporativa, s.e., Ed. Trillas, México, 1993.
SIMON, Raymond, Relaciones públicas, s.e., Ed. Limusa, México, 1990.
MARSTON, John, Relaciones públicas modernas, s.e., Ed. Mc Graw Hill, México, 1990.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Económico Administrativas.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en el ámbito de la comunicación organizacional.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA. _____ **OPINIÓN PÚBLICA** _____

2. CICLO: _____ **7º SEMESTRE** _____

3. CLAVE: _____ **0749** _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno analizará la opinión pública como aspecto de intereses y sentido de pertenencia en la sociedad mexicana actual.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Estado y sociedad civil.<ol style="list-style-type: none">a. Lo político y la política.b. La esfera pública y los actores socialesc. Lo público y lo privado.d. ¿Qué es lo pertinente a la sociedad?2. Experiencias colectivas y redes de pertenencia.<ol style="list-style-type: none">a. Los actores sociales y el "otro"b. El grupo y el sentido de pertenenciac. ¿Cuándo lo propio se transforma en un nosotros?d. Prácticas sociales y horizontes de comprensión | <ol style="list-style-type: none">3. Memoria colectiva e identidad social.<ol style="list-style-type: none">a. Diversidad cultural e identidad nacional.b. Pérdida de la memoria histórica en México.c. Recuperación de la memoria histórica.4. Necesidad social, creencias generalizadas y la doble contingencia.<ol style="list-style-type: none">a. Comportamientos sociales y situaciones comunicativasb. Mitos y realidades de la opinión públicac. Doble contingencia: interacción regulada a intereses colectivosd. Opinión pública: concepto socio-histórico5. Grupos sociales y organizaciones civiles en México.<ol style="list-style-type: none">a. Trabajadores, tercera edad, estudiantes y otrosb. El fenómeno de las marchas y huelgas de hambrec. Organizaciones civiles y sus proyectos |
|---|---|

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____

LITERATURA CONTEMPORÁNEA _____

2. CICLO: _____ 7º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0750 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno comprenderá a la literatura como un reflejo del quehacer histórico, social, étnico, político y económico de la nación que lo produce, así como sus valores y la causa de su transformación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. El aparato formal de la enunciación y la producción de significados a partir de la lingüística estructural.
 - a. Lenguaje, habla y literatura.
 - Lenguaje connotativo y lenguaje narrativo.
 - El discurso narrativo y el mundo.
 - b. El significado del discurso literario:
 - Paradigmas dominantes.
 - Nociones de estética literaria.
2. El análisis estructural del relato y la narrativa de vanguardia.
 - a. El cuento y la novela en los umbrales del S. XXI.
 - b. Elementos del cuento.
 - c. Conceptos para el análisis de la novela.
 - d. Los modelos de narración.

(Continúa)

3. La crisis de la literatura.
 - a. El poema lírico como signo.
 - b. Signo, signatum y símbolo.
 - c. Significación y sentido.
 - d. Principios operatorios.
4. Translittitud crítica: El lector modelo como interlocutor.
 - a. El texto.
 - b. Cómo el texto prevé al lector.
 - c. Textos cerrados y textos abiertos.
 - d. Uso e interpretación del texto.
 - e. Autor y lector como estrategias textuales.
5. El acto de leer como compromiso autor/lector.
 - a. Del texto a sus lectores.
 - b. Del texto y sus múltiples lecturas.
 - c. Presupuestos hermenéuticos. Horizontes de expectativas del lector.
 - d. Prosa de escritor y prosa de lector.

(Continúa)

6. La literalidad y los signos de la vida social.

- a. Aplicaciones de la semiótica a la literatura.
- b. Código, mensaje y análisis semiótico.
- c. Dimensiones en torno a la existencia del signo en el código.

7. Texto y contexto en el ámbito literario.

a. Registros del discurso.

b. Códigos:

- Estilísticos.
 - Aclanciales.
 - Técnico-narrativos.
 - Representativos.
 - De la narración.
 - Paralitérico.
- c. Principios operatorios:
- Perspectiva sincrónica.
 - Perspectiva diacrónica.

8. Literatura contemporánea: arte y sociedad.

a. Literatura e ideología.

b. La literatura, otra forma de conocimiento.

c. La literatura como acto de creación.

d. La literatura como producto social:

- Determinación del tema.
- Determinación de la estructura.

(Continúa)

9. Sugerencias de autores.

- a. Octavio Paz.
- b. Julio Cortázar.
- c. Ibarquengolita.
- d. Carlos Monsivais.
- e. José Agustín.
- f. Carlos Fuentes.
- g. Gabriel García Márquez.
- h. Patricia Suskino.
- i. Margarita Yourcenar.
- j. Isabel Allende.
- k. Laura esquivel.
- l. Skármeta.
- ll. Umberto Eco.
- m. León Felipe.
- n. Antonio Machado.
- ñ. Carlos Pellicer.
- o. José Vasconcelos.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Análisis de discursos literarios contemporáneos.
Lecturas comentadas.
Círculos de lectura.
Biblioteca circulante.
Realización de ensayos.
Creación literaria.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

EGUINOA, Ana Esther, Didáctica universitaria de la lectura, s.e., Ed. Universidad Veracruzana, Xalapa, 1987.
S. A., Seminarios. Seminario de semiótica. Teoría, Análisis, s.e., Ed. Universidad Veracruzana, Xalapa, 1982.
PAREDES, Alberto, Las voces del relato, s.e., Ed. INBA, UV, Xalapa, 1989.
PÉREZ- PISONERO, Arturo, El texto y sus múltiples lecturas, s.e., INBA, UV, Xalapa, 1989.
PRADA, Renato, El lenguaje narrativo. Prolegómenos para una semiótica narrativa, Ed. Universidad Autónoma de Zacatecas, México, 1991.
CARRETER, Fernando, Cómo se comenta un texto, s.e., Ed. Cátedra, México, 1989.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ ANÁLISIS DE LA REALIDAD MUNDIAL _____

2. CICLO: _____ 7º SEMESTRE _____ 3. CLAVE: _____ 0751 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno analizará la problemática de la realidad mundial, en sus distintas dimensiones.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

- | | |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Realidad mundial y convivencia.<ol style="list-style-type: none">a. Dimensiones de la realidad social: política, económica y cultural.b. Virtudes públicas: justicia, bien común y derechos humanos.2. Realidad económica mundial.<ol style="list-style-type: none">a. Globalización económica: TLC, CEE, CEI, Cuenca del Pacífico.b. Dependencia económica y subdesarrollo: América Latina, Sudáfrica y Asia.c. El papel de los organismos internacionales ante los problemas y tendencias económicas.3. Realidad política mundial.<ol style="list-style-type: none">a. Calda del socialismo.b. Teocracias de Medio Oriente.c. La democracia en Occidente.d. Las tensiones políticas internacionales y el papel de los organismos mundiales: ONU, OTAN, Corte de la Haya. | <ol style="list-style-type: none">4. Fenómenos culturales de fin de siglo.<ol style="list-style-type: none">a. Xenofobia.b. Contaminación del medio ambiente.c. Tensiones religiosas.d. Regionalismos ante la globalización.e. Información y masificación de la cultura.f. Sociedad de consumo.g. Defensa de derechos humanos.5. América Latina.<ol style="list-style-type: none">a. Crisis económica y deuda externa.b. Dependencia tecnológica.c. Sistemas políticos y democracia.d. Los nuevos colonialismos.e. Polarización de clases sociales.f. Marginación étnica.g. Transculturación.h. Identidad e integración latinoamericana. |
|---|--|

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Investigación documental.
Realización de ensayos.
Discusiones dirigidas.
Lecturas comentadas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

CHOMSKY, Noam y Heinz, Dieterich, La sociedad global, s.e., Ed. Joaquín Mortiz, Mexico, 1996.
GARCÍA Canciani, Néstor, Culturas híbridas, s.e., Ed. Grijalbo, México, 1989.
DE SEBASTIÁN, Luis, La crisis de América Latina y la deuda externa, s.e., Ed. Alianza, México, 1996.
SARTORI, Giovanni, Las organizaciones internacionales, s.e., Ed. Alianza, México, 1996.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Humanidades.
Tener al menos tres años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Humanidades.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ SEMINARIO DE PRODUCCIÓN MULTIMEDIOS _____

2. CICLO: _____ 8º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0852 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno: elaborará una producción aplicando multimedia.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

(Continúa)

1. Integración multimedia.
 - a. Clasificación de los medios por su naturaleza: visuales, auditivos y audiovisuales.
 - b. Concepto multimedia.
 - c. Posibilidades.
2. Diagnóstico.
 - a. Comunidad.
 - b. Problema o necesidad.
 - c. Perceptores.
3. Estrategia comunicativa: pensar multimedia.
 - a. Objetivos.
 - b. Intención.
 - c. Diseño de mensajes.

4. Planeación táctica.
 - a. Etapas de la producción del mensaje multimedia.
 - b. Determinación de recursos humanos, técnicos y materiales.
 - c. Agenda: tiempo y actividades (cronograma).
5. Producción multimedia.
 - a. Producción e integración de materiales.
 - b. preparación de lugar.
 - c. Ejecución.
6. Evaluación.
 - a. Evaluación durante la ejecución.
 - b. Seguimiento y diagnóstico.
 - c. Confrontación del diagnóstico del problema y diagnóstico posterior a la emisión del mensaje.

(Continúa)

5. El orden que surge del caos.

- a. Elementos básicos del proceso editorial
- b. La profesionalización del corrector de estilo.
- c. Editor y escritor: alianza para producir un texto
- d. Derechos de autor y personalidad editorial.

6. Teoría de la receptividad.

- 1. El receptor invisible/espectador
- b. El espectador y el audiovisual.
- c. La dicotomía receptor/espectador y sus respectivos saberes.

7. El Mensaje audiovisual y el texto filmico.

- a. La adaptación y la cultura de la imagen
- b. La dicotomía imagen/signo filmico.
- c. El lenguaje de la imagen y el guión literario.
- d. La narración y sus diversas manifestaciones en el mensaje del texto filmico.
- e. la percepción y creación artística.
- f. La competencia lingüística y cinematográfica.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: TALLER DE PRODUCCIÓN EN INGLÉS

2. CICLO: 8º SEMESTRE

3. CLAVE: 0855

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno: producirá distintos materiales comunicativos con los términos y expresiones propias del idioma inglés, utilizadas en los medios de comunicación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

- | | |
|---|--|
| <p>1. El inglés como segunda lengua.</p> <ul style="list-style-type: none">a. Adquisición de una segunda lengua.b. Ambito comunicativo y el sentido del lenguajec. Códigos y tecnicismos.d. Importancia de la producción en inglés.e. "World of information". El desarrollo acelerado de los medios de comunicación en el siglo XX. | <p>(Continúa)</p> <ul style="list-style-type: none">e. Vocabulario especializado El manejo de diagramas, logos y caricaturistas. <p>3. Los medios electrónicos</p> <ul style="list-style-type: none">a. El lenguaje y la BBC wo scienceb. Pasos que se siguen desde el momento en que se obtiene la noticia hasta que ésta llega a la pantallac. "Hoy a estudio works? Cómo se trabaja en un estudio de televisión |
| <p>2. El Periódico.</p> <ul style="list-style-type: none">a. Estructura del lenguaje en periódicos y revistasb. Clasificación y colocación de títulos o encabezados de los distintos artículos, en un periódico.c. Investigación y construcción de un reportajed. "Reading the news". Diferentes tipos de periódicos y sus formatos | <p>4. La publicidad.</p> <ul style="list-style-type: none">a. Lenguaje de la publicidadb. "We'll be back after this break" El mundo de los mensajes comerciales.- La cuenta y el producto- La investigación- El concepto creativo y el slogan |

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

PROGRAMA DE ESTUDIO

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ SEMINARIO DE ÉTICA Y PRÁCTICA PROFESIONAL _____

2. CICLO: _____ 8º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0856 _____

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno: analizará el papel de la ética en el ejercicio profesional.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Sentido y función.
 - a. Concepto y ubicación de la ética
 - b. Relación entre ética y axiología.
 - c. Persona y dignidad.
2. La convivencia humana lugar por excelencia de la concreción de la ética.
 - a. El hombre un ser racional.
 - b. exigencias éticas de la relación interpersonal
 - c. Principales actitudes éticas de la convivencia humana

(Continúa)

3. Práctica profesional y cuestionamiento ético
 - a. La opción profesional como un derecho de la persona
 - b. Noción de deontología
 - c. Lo profesionalista más allá de lo profesional
 - d. La responsabilidad social del profesional
 - e. Los valores y el éxito profesional
 - f. Perfil ético de la licenciatura

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Análisis de películas.
Lecturas comentadas.
Discusiones dirigidas.
Elaboración de ensayos.
Proyectos de investigación documental.
Formulación de propuestas.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación parcial.
Evaluación final.

8. BIBLIOGRAFÍA:

ÓPEZ Azpitarte Eduardo, Ética y vida. Desafíos actuales, s. e., Ed. Paulinas, España, 1991.
SAVATER Fernando, Ética para amador, s. e., Ed. Ariel, España, 1993.
SANTIDRIAN P. y Vidal M., Ética social y política, s. e., Ed. Verbo divino, España, 1991.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en Ciencias Sociales o Económico Administrativas.
Tener al menos 3 años de experiencia laboral en Ciencias Sociales o Económico Administrativas.

UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: _____ SEMINARIO DE TITULACIÓN _____

2. CICLO: _____ 8º SEMESTRE _____

3. CLAVE: _____ 0857 _____

00

4. OBJETIVO(S) GENERALES) DE LA ASIGNATURA:

A: término del curso, el alumno elaborará un proyecto de investigación para titulación.

5. TEMAS Y SUBTEMAS:

1. Titulación.
 - a. Formas de titulación en la UCC:
 - Características de cada una.
2. Anteproyecto de investigación.
 - a. Selección del tema.
 - b. Metodología de trabajo de acuerdo al tipo de tema y a la opción de titulación.

6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

Elaboración de un proyecto de investigación.

7. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Entrega del proyecto de investigación.

8 BIBLIOGRAFIA:

HERNÁNDEZ S. Roberto, Metodología de la investigación, s.e., Ed. Mc Graw Hill, México, 1991.

MÉNDEZ A. Carlos, Metodología, 2ª ed., Ed. Mc Graw Hill, México, 1995.

TAMAYO y Tamayo M., El proceso de la investigación científica, 3ª ed., Ed. Limusa, México. 1995.

9. REQUISITOS ACADÉMICOS DEL PERSONAL DOCENTE:

Tener el grado de licenciatura en áreas afines a la materia.

Contar con experiencia docente de dos años como mínimo.

Tener al menos dos años de experiencia laboral en el campo.