

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a CONEICC.

Décano: Manuel Pérez Miranda.

Domicilio: Dirección: Basilio Badillo No. 43 Col. Revolución.

Ciudad: México. Estado: Distrito Federal.

C. Postal: 06030

Teléfonos: 5104900, 5104901, 5103902

Fundada el año: 1949

Nivel: Universitario

Caracter: Privada

Requisitos: trabajo final. Examen Final.

Duración: 4 años

Títulos: LPe, TRd, TReGr, TPe

Datos al año: 1.985

No. de egresados: 1,200

No. de profesores: 30

No. de matriculados: 400

Recursos: Físicos: BiGen, BiEsp, CenInv.

Técnicos: SalRed, EstTV, EstGra.

2.- ANTECEDENTES:

Se fundó el 30 de mayo de 1949 con la finalidad de formar periodistas para los diversos medios de comunicación social. Se incorporó al Sistema Nacional de Enseñanza el 3 de agosto de 1974 (carrera de Lic. en Periodismo) y el 2 de julio de 1976 para la carrera de Redactor y Reportero Gráfico a nivel técnico. (Encuesta FELAFACS 1984).



**CUARTO SEMESTRE**

La crónica en prensa  
Redacción para radio II  
Redacción para T.V. II  
Fotografía II  
Teoría de la comunicación  
Psicología de la información  
Ideas contemporáneas

3 horas  
1  
2  
2  
3  
2  
2

en radio  
Programa de análisis y comentario  
en televisión  
Problemática contemporánea  
Investigación en medios de  
comunicación social  
Comunicología social  
Ensayo  
Ética periodística  
Seminarios y conferencias

1  
2  
2  
3  
3  
2  
2  
1

**QUINTO SEMESTRE**

Reportaje en prensa  
Reportaje en radio  
Reportaje en televisión  
Cultura cinematográfica  
Comunicación impresa I  
Filosofía II  
Problemas mexicanos  
Introducción al derecho positivo  
mexicano  
Seminarios y conferencias

3 horas  
1  
2  
2  
3  
3  
2  
3  
1

**OCTAVO SEMESTRE**

Seminario para obtener licencia de  
locutor  
Prácticas  
Elaboración de tesis  
Servicio social  
Seminarios y conferencias

**SEXTO SEMESTRE**

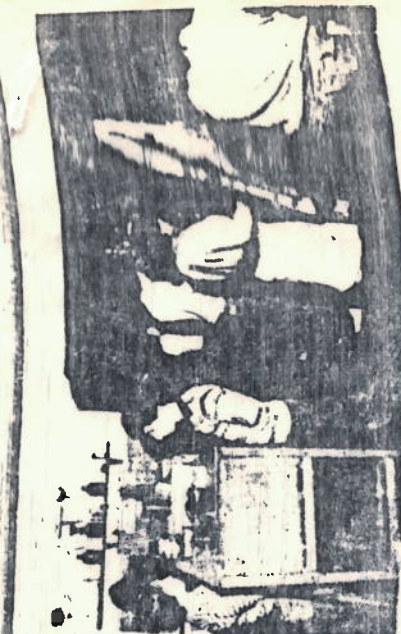
Columna, artículo y editorial  
Noticiero en radio  
Noticiero en televisión  
Periodismo científico  
Comunicación impresa II  
Laboratorio de Redacción I  
Filosofía III  
Régimen jurídico de la información  
Problemas latinoamericanos  
Seminarios y conferencias

3 horas  
1  
2  
1  
3  
2  
3  
2  
2  
1

**SEPTIMO SEMESTRE**

Laboratorio de redacción II  
Crítica cinematográfica  
Programa de análisis y comentario

3 horas  
2



Laboratorio de fotografía.

**SEGUNDO SEMESTRE**

Redacción e información  
Práctica fotográfica  
Técnicas de edición en el periódico  
Nociones de literatura en lengua española.  
Laboratorio de comunicación oral  
Sistemas intermedios de información  
Nociones de problemática social  
Seminarios y conferencias

MMMM NNNN

**PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE  
TECNICO EN MEDIOS DE INFORMACION**

**PRIMER SEMESTRE**

Redacción y ortografía  
Teoría y praxis de la fotografía  
Tecnología tipográfica  
Teoría general de la información  
Gramática española  
Relaciones humanas  
Mecanografía  
Lógica de la expresión  
Seminarios y conferencias

a la semana  
3 horas  
3  
3  
1  
3  
1  
3  
2  
1

**TERCER SEMESTRE**

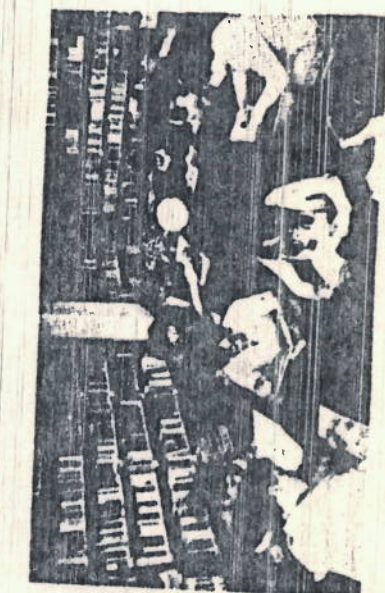
Técnicas de redacción informativa  
Fotografía de prensa  
Técnicas de edición en la revista  
Cultura de la imagen  
Fotnovela e historieta  
La comunicación humana  
Redacción para radio y televisión I  
Seminarios y conferencias

MMMMNNNN

**CUARTO SEMESTRE**

Taller de redacción creativa  
Fotografía cromática en los medios  
Teoría y práctica del diseño gráfico  
Normas legales para las publicaciones  
Tecnología de transmisión informativa  
Ética profesional  
Redacción para radio y televisión II  
Seminarios y conferencias

MMMMNNNN



Sala de redacción.

Horarios:  
De lunes a viernes  
Matutino: de 8:00 a 12:00 horas.  
Vespertino: de 18:00 a 21:35 horas.  
Exámenes de admisión  
en junio y julio.



1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Ma. Teresa Zazueta Zazueta  
Domicilio: Dirección: Riva Palacio, No. 684 Norte.  
Ciudad: Culiacán. Estado: Sinaloa.  
C. Postal: 80000  
Teléfono: (671) 35892  
Fundada el año: 1977  
Nivel: Universitario.  
Carácter: Privada.  
Requisitos: trabajo final. Examen final.  
Duración: 4 años  
Títulos: TMeCS, ePe, eRPc, ePl.  
Datos al año: 1,985  
No. de egresados: 58  
No. de profesores 30  
No. de matriculados 177  
Recursos: Físicos: BiGen  
Técnicos: LabFot.

2.- ANTECEDENTES:

Se fundó en septiembre de 1977 y tuvo como objetivos iniciales "preparar gente que laborara en los medios regionales con un sentido social de cambio en la región". El programa de estudios inicial se basa en un estudio solicitado por la Asociación de Periodistas de Sinaloa. Se tomaron en cuenta las necesidades de todos los medios regionales y se analizaron los planes de estudio vigentes en el país.

3.- CARACTERISTICAS:

La Carrera cuenta con las especialidades: Periodismo, Relaciones Públicas, y Publicidad. Además, existe el area de Técnico en Medios de Comunicación Social. Después de un tronco común de cuatro semestres, en los siguientes cuatro restantes se imparten las materias básicas y las de especialización por la que el alumno opta (Encuesta FELAFACS 1984).

4.- OBJETIVOS:

Considerando que el ejercicio profesional de la carrera que los alumnos cursan en nuestra institución no se fundamentan unicamente en las disciplinas científicas y técnicas, sino que la comunicación social trasciende toda la vida y actividad humana se pugna por preparar integralmente a los futuros comunicadores, capacitándolos para desarrollarse y actuar dentro del ámbito social con snetido de la realidad y perspectivas innovadoras abiertas al futuro". (Información extraída del documento "Datos generales de la escuela" sin fecha, archivo CONEICC).



Clave 2501170



Escuela Dis.  
"COMUNICACION SOCIAL"  
Clave: 2501170  
Culiacán, Cln., Sln.

## Escuela de Comunicación Social

PLAN DE ESTUDIO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL,  
con tronco común y especialidades en Periodismo, Publicidad  
y Relaciones Públicas. 8 semestres.

### PRIMER SEMESTRE :

A la semana:

### TERCER SEMESTRE:

Teoría de la Comunicación (I)	3 horas
Redacción periodística (I)	3 "
Antropología cultural	3 "
Metodología de la investigación (I)	3 "
Inglés (I)	3 "
Fotografía (I)	2 "
Introducción a la publicidad	2 "
Laboratorio de medios	1 "

Periodismo en Radio, Prensa y TV.	3 hrs
Historia de la cultura (Literatura y Música)	3 "
Sociología de la comunicación	3 "
Diseño gráfico.	3 "
Relaciones humanas	3 "
Inglés (III)	3 "
Laboratorio y práctica en medios.	2 "

#### Seminarios:

-Historia del periodismo	10 "
-Campana Publicitaria	10 "

Total

#### Seminarios:

Proceso de producción de audio-visuales	10 "
---	------

Total

### SEGUNDO SEMESTRE :

Teoría de la comunicación (II)	3 "
Redacción periodística (II)	3 "
Historia de la cultura	3 "
Metodología de la investigación (II)	3 "
Teoría del periodismo	3 "
Inglés (II)	3 "
Fotografía (II)	2 "
Laboratorio de medios (II)	1 "

#### Seminario :

Comunicación, Opinión Pública y Relaciones Públicas.	10 "
--	------

Total

### CUARTO SEMESTRE:

Recursos de expresión oral	2 hrs
Técnica de Relaciones Públicas	3 "
Psicología de la comunicación	3 "
Introducción al estudio del Derecho	3 "
Teoría Económica	3 "
Inglés (IV)	3 "
Periodismo científico,	3 "
Filosofía	3 "

#### Seminarios:

Los medios masivos de comunicación.	10 "
Artes gráficas (formato en prensa)	10 "

Total

Periodismo · Publicidad · Relaciones Públicas

Riva Palacio 684 norte. Culiacán, Sinaloa, México. Teléfono 358 29





Clave 2501170



Escuela Dis.  
"COMUNICACION SOCIAL"  
Clave: 2501170  
Culiacán, Cln., Sin.

Plan de estudios Lic. (hoja 2)

## Escuela de Comunicación Social

### QUINTO SEMESTRE :

A la semana:

Psicología social.	3 horas.
Matemáticas aplicadas	3 "
Comunicación audiovisual.	3 "
Filosofía de la comunicación	3 "
Linguística y semiótica	2 "
Inglés (V)	3 "

<u>Seminarios para las tres especialidades :</u>	<b>Tot</b>
✓Derecho positivo mexicano	10 h
✓Problemática nacional y latinoamericana	10

### SEPTIMO SEMESTRE :

#### ESPECIALIDADES:

- 1) Publicidad:  
-Técnica de redacción publicitaria 3"
- 2) Relaciones Públicas:  
-Relaciones públicas internas 3 "
- 3) Periodismo:  
-Periodismo informativo 3 "  
(crónica, entrevista y reportaje).

<u>Seminario para las tres especialidades:</u>	
-Medios publicitarios aplicados	10 "
-Dirección y actuación	10 "
	<b>en total.</b>

#### SEXTO SEMESTRE:

Estadística y computación	3 "
Historia de las doctrinas económicas	3 "
Lit. mexicana y latinoamericana	3 "
Inglés (VI)	3 "
Prácticas especialidad	2 "

#### ESPECIALIDADES:

- 1) Publicidad:  
✓Diseño y análisis del mensaje 3 "
- 2) RR.PP.:  
✓Comunicación interpersonal 3 "
- 3) Periodismo:  
✓Periodismo interpretativo 3 "  
(editorial, artículo y columna)

✓Ideas contemporáneas	3 "
✓Contabilidad aplicada	3 "
✓Difusión o Inv. de innovaciones	3 "
✓Ética profesional.	3 "
✓Inglés (VII p/Period. y Publicidad)	3 "
✓Francés (p/ RR.PP.)	3 "

#### ESPECIALIDADES:

- 1) Publicidad:  
-Efectos psico-sociales de la publicidad. 3 "  
-Producción y guionismo 2 "
- 2) Relaciones Públicas:  
-Administración de Recursos Humanos. 3 "  
-Organización de eventos socioculturales. 2 "
- 3) Periodismo:  
✓Taller de redacción y estilo 3 "  
✓Prensa comparada 2 "

<u>Seminario para las tres especialidades:</u>	<b>Total</b>
- Régimen jurídico de los medios	10 "
- Legislación y organización internacional de las comunicaciones.	10 "

Periodismo · Publicidad · Relaciones Públicas

Riva Palacio 684 norte. Culiacán, Sinaloa, México. Teléfono 358 29





Plan de estudios Lic. (hoja 3 )

Clave 2501170



Escuela Dis.  
"COMUNICACION SOCIAL"  
Clave: 2501170  
Culiacán, Cln., Sin.

## Escuela de Comunicación Social

### VIII SEMESTRE:

A la semana:

Teoría y crítica estética	3 horas.
Historia de México contemporáneo	3 "
Administración.	3 "
Dirección de mercadotecnia	3 "
Inglés o Francés (según especialidad)	3 "

### ESPECIALIDADES :

1) <u>Publicidad:</u>	- Propaganda y publicidad institucional	3 horas
	- Laboratorio de Publicidad en radio y TV.	2 "
2) <u>Relaciones Públicas:</u>	- Temas contemporáneos de aplicación práctica general.	3 "
	- El profesional de las Relaciones Públicas.	2 "
3) <u>Periodismo:</u>	- Geopolítica de la información	3 "
	- Laboratorio de periodismo.	2 "
<u>SEMINARIOS:</u>	- Urbanidad, protocolo y ceremonial	10 " en total
	- El Estado y las Relaciones Públicas	10 " en total.

Nota: Conforme a la Ley, se tendrá que hacer el Servicio Social, así como también - la elaboración de tesis.

### INFORMACION GENERAL.

Carrera: LICENCIADO EN COMUNICACION SOCIAL, con especialidad en Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas en cuatro años, con prácticas y servicio social. Previo bachillerato o equivalente.

Requisitos: - Certificado de preparatoria y dos copias  
- Acta de nacimiento y dos copias  
- carta de buena conducta o de recomendación (reciente)  
- seis fotografías tamaño infantil  
- aprobar examen de admisión.

Nota: La presentación de estos documentos es indispensable para inscribirse.

Periodismo · Publicidad · Relaciones Públicas

Riva Palacio 684 norte. Culiacán, Sinaloa, México. Teléfono 358 29



CCC  
AI  
0090

UNIVERSIDAD DEL TEPEYAC, A.C.  
Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: María de Jesús Oros Luengo.  
Dirección: Callao No. 842 Lindavista.  
Ciudad: México Estado: Distrito Federal.  
C. Postal: 73000  
Teléfonos: 55714033  
Fundada el año: 1975  
Nivel: Universitario  
Caracter: Privada  
Requisitos: Trabajo final, Examen final.  
Otros.  
Duración: 4 años  
Títulos:: LCsTeC  
Datos al año 1985: No. de egresados 109  
No. de profesores 42  
No. de matriculados 351  
Recursos Físicos: BiGen, CenInv.  
Técnicos: LabFot, SalPro, EstTV, EstGra.

2.- ANTECEDENTES.

"A 42 años de existencia del Colegio del Tepeyac surge la Universidad del Tepeyac A.C. en septiembre de 1975. Se inicia con 17 alumnos y 4 carreras (entre ellas Ciencias y Técnicas de la Comunicación). 3 coordinadores y alrededor de 10 maestros. En septiembre de 1977 se obtiene la validez oficial ante la Secretaría de Educación Pública.

Busca fomentar una visión cultural totalizantes lograr un compromiso cultural y moral con la realidad de su época. Desarrollar profesionalistas que colaboren en el proceso de planificación y desarrollo social.

El Plan de Estudios y el enfoque se han mantenido hasta ahora, momento en que están siendo reestructurados. (Encuesta FELAFACS 84 - punto 019).

3.- CARACTERISTICAS.

La Universidad del Tepeyac es una institución privada que ofrece la licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación, dicha escuela o facultad es independiente en relación a la estructura de la Institución en general, y cuenta con un Centro de Investigación. Hasta mayo de 1984, cuenta con 109 Egresados de los cuales 4 (3.6%) son graduados. Especialidades de la carrera: Cine, Radio, TV, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas. Cursan 2 idiomas: Inglés y francés.

4.- CAMPO DE TRABAJO.

"Los egresados pueden trabajar en cualquier empresa pública o privada donde desempeñan alguna de las siguientes funciones: Ejecutivo en Estaciones de Radio y TV, Productor de Programas Audiovisuales, Capacitación y desarrollo de personal, ejecutivo en Relaciones Públicas, Investigación de Opinión Pública, Reportajes en los Medios de Comunicación, Dirección de películas para fines educativos o comerciales, Ejecutivo en Agencias de Publicidad, etc. (la presente lista no es exhaustiva, sino meramente descriptiva)".  
(Información obtenida del Folleto "Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación" Universidad del Tepeyac, A.C. sin fecha).



# Carrera de Ciencias y Técnicas de la Comunicación

## PRIMER SEMESTRE

Metodología de Estudio.  
Historia de México Contemporánea  
Introducción a la Sociología.  
Introducción a la Psicología.  
Introducción a la Administración  
Legislación de los Medios de Difusión.  
Teoría de la Comunicación I.  
Literatura Española.  
Taller de Redacción. I

## SEGUNDO SEMESTRE

Métodos de Pensamiento.  
Introducción a la Investigación Social.  
Introducción a los Medios de Difusión.  
Comunicación Interpersonal I.  
Teoría de la Comunicación II.  
Literatura Española II.  
Taller de Redacción II.  
Laboratorio de Fotografía fija.  
Sociedad y Política en el México Contemporáneo.

## TERCER SEMESTRE

Psicología Social.  
Introducción a la Economía.  
Antropología Filosófica  
Filosofía Social.  
Sociología de la Comunicación.  
Psicología de la Comunicación  
Periodismo I.  
Radio I.  
Cine I.  
Cine Club (Práctica)

## CUARTO SEMESTRE

Filosofía de la Comunicación.  
Literatura Universal I.  
Estadística I.  
Periodismo II.  
Radio II.  
Cine II.  
Televisión I.  
Problemas Socio-Económicos de México.

## QUINTO SEMESTRE

Estadística II.  
Investigación de la Comunicación I.  
Literatura Universal II.  
Televisión II.  
Publicidad I.  
Problemas Socio Económicos de México II.

## OPTATIVAS

Comunicación en Organizaciones.  
Comunicación Interpersonal II.

## ESPECIALIDAD

### RADIO

Programación Radio I.  
Guionismo.  
Laboratorio Producción Radiofónica  
Organización Radiofónica.

### PERIODISMO

Práctico I.  
Proceso Histórico del Periodismo.  
Organización Periodística.

### CINE

Laboratorio de Cine I (Realización)  
Guionismo I (Producción)  
Proceso Histórico del Cine

### PUBLICIDAD Y REL. PUBLICAS

Mercadotecnia.  
Administración de la Publicidad.  
Relaciones Públicas Externas.  
Control Presupuestal

### TELEVISION

Guionismo T. V. I.  
Laboratorio de Producción T. V. I.  
Televisión Educativa. I.  
Administración de la T. V.

## SEXTO SEMESTRE

Relaciones Públicas I.  
Publicidad II.  
Opinión Pública.  
Investigación de la Comunicación II.  
OPTATIVAS

Comunicación Pedagógica.  
Comunicación Literaria.

## ESPECIALIDADES

### RADIO

Sociología del Radio  
Radiodifusión Educativa.  
Programación Radio II.  
Análisis de Contenido Radiofónico.

### PERIODISMO

Periodismo Práctico II.  
Análisis de Contenido Periodístico I.  
Sociología de la Prensa.

### CINE

Laboratorio de Cine II (Realización)  
Guionismo II (Adaptación)  
Taller de Fotografía de Cine I.

## PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Investigación de Mercados.  
Relaciones Públicas Internas.  
Publicidad Creativa.

## TELEVISION

Guionismo T. V. II.  
Laboratorio de Producción T. V. II  
Televisión Educativa II

## SEPTIMO SEMESTRE

Relaciones Públicas II.

## OPTATIVAS

Técnicas de Expresión Oral.  
Producción Programas Audiovisuales

## ESPECIALIDAD

### RADIO

Laboratorio Producción Radiofónica II.  
Periodismo Radiofónico.  
Dramatización y Dirección.

### PERIODISMO

Análisis de Contenido Periodístico II.  
Sociología de la Prensa II.  
Oficinas de Prensa.

### CINE

Taller de Fotografía de Cine II.  
Estética del Cine.  
Análisis de Contenido Cinematográfico

## PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Administración de Personal  
Casos Prácticos de Mercadotecnia y Publicidad

## TELEVISION

Producción de Noticias por T. V.  
Evaluación de Televisión Educativa.  
Análisis de Contenido Televisivo.

## OCTAVO SEMESTRE

SEMINARIO DE TESIS.  
OPTATIVAS

Historia del Teatro  
Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva.

## RADIO

Musicología y Programación Musical.  
Laboratorio de Periodismo Radiofónico.

## PERIODISMO

Técnica de Noticias por T. V.  
Técnica de Noticias por Radio.

## CINE

Montaje.  
Laboratorio de Edición

## PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Casos Prácticos de Administración General. Propaganda Política.

## TELEVISION

Televisión Persuasiva  
Análisis de Contenido Televisivo II





CCC  
AI  
0090

UNIVERSIDAD DEL NOROESTE.  
Departamento de Ciencias de la Comunicación.

1.- DATOS GENERALES.

Asociada a: CONEICC  
Decano: Abelardo Ortiz Garza  
Dirección: Serdán No. 14, Oriente. A.P. 757.  
Ciudad: Hermosillo. Estado: Sonora.  
Teléfonos: 62124445  
Fundada el año: 1974  
Nivel: Universitario.  
Caracter: Privada.  
Requisitos: Trabajo final, Examen final.  
Otros.  
Duración: 4 años  
Títulos: LCsC  
Datos al año 1985: No. de egresados 6  
No. de profesores 11  
No. de matriculados 64  
Recursos Físicos: BiGen  
Técnicos: LabFot, SalPro, EstGra.

2.- OBJETIVO GENERAL DE LA CARRERA.

Formar profesionales que comprendan, investiguen, participen y practiquen la comunicación en todas sus formas, entendiéndola como instrumento teórico para estudiar, interpretar y entender los mecanismos de transformación de la Sociedad.

La carrera se fundó en 1974.

3.- OBJETIVOS GENERALES.

- 1) Lograr que el Licenciado en Ciencias de la Comunicación conozca profundamente todos los signos y señales del proceso comunicativo, para manejarlos en la elaboración y transmisión de mensajes.
- 2) Capacitar al Licenciado en Ciencias de la Comunicación para crear nuevas formas de comunicación y renovar las existentes, en un intento de resolver los problemas que produce la continua desintegración de la comunidad humana.
- 3) Impulsar en todos los niveles comunicacionales una organización científica de la comunicación humana como una mejor manera de planificar la convivencia social.

4.- OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 1) Lograr un profesionista que maneje habilmente las distintas formas de expresión, en especial, la oral, escrita y gráfica.
- 2) Desarrollar en el Licenciado en Ciencias de la Comunicación las habilidades persuasivas.
- 3) Promover en el estudiante una personalidad creativa, sensible, imaginativa y teórica.
- 4) Generar en el comunicólogo el espíritu científico que lo lleve a ser objetivo y metódico en el análisis de la realidad en que vive.
- 5) Producir un profesional conocedor profundo de las posibilidades y recursos de los actuales medios masivos de difusión.

Universidad del Noroeste.

- 6) Abrir nuevos campos para el comunicador, como son: la Comunicación Organizacional (sector privado, público e instituciones), la Comunicación Familiar, interpersonal, grupal, Rural, Política e Internacional).

(Archivo CONEICC).

5.- CARACTERISTICAS:

La Universidad del Noroeste es una institución privada que ofrece la - Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en cuatro y medio años. Dicha Facultad es independiente dentro de la estructura interna de la Institución. Hasta abril de 1984, el número de egresados es de 6 sin que ninguno sea graduado.



PLAN DE ESTUDIOS PARA LA LICENCIATURA EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACION EN LA UNIVERSIDAD DEL NOROESTE.

<u>PRIMER SEMESTRE</u>	H/S	C	REQUER.
1.1 CONOCIMIENTO CIENTIFICO	3	6	Bachiller.
1.2 INTROD. A LA ADMINISTRACION	4	8	"
1.3 PSICOLOGIA SOCIAL	3	6	"
1.4 SOCIOLOGIA I	3	6	"
1.5 FILOSOFIA I	3	6	"
1.6 VISUALIZACION	3	6	"
1.7 COMUNICACION ESCRITA I	3	6	"
1.8 COMUNICACION NO VERBAL Y SENSIBILIZACION.	3	3	"
	<u>25</u>	<u>47</u>	

SEGUNDO SEMESTRE

2.1 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION I	3	6	1.1
2.2 MERCADOTECNIA	3	6	1.2
2.3 SOCIOLOGIA I	4	8	1.4
2.4 FILOSOFIA II	3	6	1.5
2.5 MATEMATICAS	4	8	
2.6 COMUNICACION ESCRITA II	4	8	1.7
2.7 COMUNICACION GRAFICA I	4	4	1.6.
	<u>25</u>	<u>46</u>	

TERCER SEMESTRE

3.1 ESTADISTICA I	3	6	2.5
3.2 TEORIA DE LA COMUNICACION	3	6	
3.3 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION II	3	6	2.1
3.4 MEXICO, ECONOMIA, POLITICA Y SOCIEDAD.	4	8	2.3
3.5 MEDIOS DE COMUNICACION	3	6	-
3.6 COMUNICACION INTERPERSONAL Y GRUPAL I	3	3	-
3.7 COMUNICACION GRAFICA II	3	6	2.7
3.8 TALLER DE FOTOGRAFIA I	3	3	<u>1.6</u>
	<u>25</u>	<u>44</u>	

<u>CUARTO SEMESTRE</u>	H/S	C	REQUERIM.
4.1 TEORIA DE LA COMUNICACION II	3	6	3.2
4.2 ESTADISTICA II	3	6	3.1
4.3 LENGUAJES DE LA COMUNICACION I	3	6	3.2
4.4 EXPRESION ORAL I	4	8	-
4.5 TALLER DE PERIODISMO I	4	8	2.6
4.6 TALLER DE FOTOGRAFIA II	4	4	3.8
4.7 COMUNICACION INTERPERSONAL Y GRUPAL II	4	4	3.6
	<u>25</u>	<u>42</u>	

QUINTO SEMESTRE

5.1 LENGUAJES DE LA COMUNICACION II	4	8	4.3
5.2 PUBLICIDAD I	3	6	1.6
5.3 INVESTIGACION DE LA COMUNICACION	4	8	4.2
5.4 EXPRESION ORAL II	3	6	4.4
5.5 TALLER DE PERIODISMO II	4	8	4.5
5.6 TALLER DE RADIO I	4	4	3.5
5.7 TALLER DE CINE I	<u>3</u>	<u>3</u>	3.5
	25	43	

SEXTO SEMESTRE

6.1 PUBLICIDAD II	3	6	5.2
6.2 LENGUAJES DE LA COMUNICACION III	4	8	5.1
6.3 RELACIONES PUBLICAS I	3	6	4.7
6.4 COMUNICACION ORGANIZACIONAL I	3	6	-
6.5 TALLER DE CINE Y TEATRO II	4	4	5.7
6.6 TALLER DE RADIO II	4	4	5.6
6.7 TALLER DE TELEVISION I	<u>4</u>	<u>4</u>	6.2
	25	38	



SEPTIMO SEMESTRE

	H/S	C	REQUERIM.
7.1 RELACIONES PUBLICAS	3	6	6.3
7.2 COMUNICACION ORGANIZACIONAL	4	8	6.4
7.3 SEMINARIO DE COMUNICACION INTERNACIONAL	3	6	3.2
7.4 COMUNICACION PARA EL DESARROLLO	4	8	3.4
7.5 SEMINARIO DE COMUN. INTERCULTURAL	4	8	4.1
7.6 SEMINARIO DE COMUNICACION POLITICA	3	6	4.1, 2.3
7.7 TALLER DE TV. II	4	4	6.7
	<u>25</u>	<u>46</u>	

OCTAVO SEMESTRE

- 8.1 PUBLICIDAD Y MEDIOS
- 8.2 COMUNICACION PARA EL DESARROLLO Y MEDIOS
- 8.3 COMUNICACION EDUCATIVA Y MEDIO
- 8.4 COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y MEDIOS
- 8.5 COMUNICACION POLITICA Y MEDIOS
- 8.6 COMUNICACION INTERPERSONAL

NOTA: El alumno en este Semestre eligirá uno de estos temas de Comunicación y en subgrupo trabajará con un medio de Comunicación elegido previamente.

CCC  
AI  
0090

UNIVERSIDAD DEL BAJIO, A.C.  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION COLECTIVA.

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Javier Hernández Lozano.  
Dirección: Falda de Cerro Gordo (s/n) A.P. 444.  
Ciudad: León Estado: Guanajuato.  
C.Postal: 37150  
Teléfonos 47171740, 47142086.  
Fundada el año: 0000  
Nivel: Universitario  
Caracter: Privada.  
Requisitos: Trabajo final, Examen Final.  
Duración: 4 años  
Títulos: LCsCCr  
Datos al año 1985: No. de egresados 155  
No de profesores 25  
No. de matriculados 163  
Recursos: Físicos: BiGen  
Técnicos: Lab.Fot, EstTV, EstGra.

2.- ANTECEDENTES:

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Bajío se inició en el año de 1973, sus objetivos iniciales fueron los de formar - profesionales que satisfagan las necesidades de nuestra actual sociedad, enfocándose a las áreas en donde el individuo interactúa en el ámbito de las ciencias sociales".

3.- OBJETIVOS:

Capacitar al profesionistas en el manejo de comunicación de acuerdo a las necesidades del hombre relacionándose con los campos de la creatividad en todas sus áreas, tanto literarias, humanísticas, sociales, técnicas y de investigación.

4.- CAMPOS DE ACCION:

- Manejo de Medios de Comunicación: Radio, Televisión, Prensa, Cine, etc.
- Publicidad
- Comunicación interna (Empresarial)
- Investigación Social.
- Relaciones Públicas.
- Programas de Comunicación.
- Producción de Programas en medios de Comunicación, etc.
- Editores de Revistas, periódicos.

- 5.- Institución de carácter privado, la escuela de Ciencias de la Comunicación (1984) cuenta con 163 alumnos y 25 profesores. Han egresado de ella 155 personas de las cuales 20 están graduados y 135 no lo están.
- La carrera tiene una duración de 4 años y trabajan por periodos semestrales. Se otorga el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Colectiva.
  - El Plan de Estudios que opera actualmente entró en vigor en julio de 1981. (Encuesta FELAFACS 1984).



UNIVERSIDAD DEL BAJIO - LEON, GTO - MEXICO  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION COLECTIVA

MATERIAS POR SEMESTRE.

PRIMER SEMESTRE:

- 1.1 Medios y Teorías de la Comunicación Colectiva I
- 1.2 Comunicación Escrita I
- 1.3 Historia de la Comunicación
- 1.4 Introducción a la Sociología
- 1.5 Filosofía I
- 1.6 Fotografía

SEGUNDO SEMESTRE:

- 2.1 Medios y Teorías de la Comunicación Colectiva II
- 2.2 Géneros Periodísticos Informativos (Nota, Crónica, Entrevista)
- 2.3 Comunicación Escrita II
- 2.4 Sociología de la Comunicación Colectiva
- 2.5 Filosofía II
- 2.6 Fotografía II

TERCER SEMESTRE:

- 3.1 Géneros Periodísticos de Interpretación (Reportaje)
- 3.2 Psicología de la Comunicación Colectiva
- 3.3 Comunicación Escrita III
- 3.4 Sociedad y Política de México
- 3.5 Economía Política
- 3.6 Técnicas Audiovisuales
- 3.7 Teoría General del Derecho

CUARTO SEMESTRE:

- 4.1 Géneros Periodísticos de Opinión (Editorial, Artículo, Comentario)
- 4.2 El Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva
- 4.3 Introducción al Estudio de la Opinión Pública
- 4.4 Teoría del Cine
- 4.5 Trabajo Editorial y de Imprenta
- 4.6 Teatro como Medio de Comunicación Masiva

QUINTO SEMESTRE:

- 5.1 Derecho Público
- 5.2 La Comunicación Colectiva en el Desarrollo Económico y Social
- 5.3 Técnicas de Información por Cine
- 5.4 Teorías de la Comunicación Colectiva
- 5.5 Técnicas de Periodismo Gráfico
- 5.6 Principios de Estadística

**SEXTO SEMESTRE:**

- 6.1 Técnicas de Investigación en Comunicación Colectiva I
- 6.2 Publicidad y Propaganda
- 6.3 Técnicas de Información por Radio
- 6.4 Análisis Histórico Contemporáneo I
- 6.5 Relaciones Públicas
- 6.6 Mercadotecnia I

**SEPTIMO SEMESTRE:**

- 7.1 Técnicas de Investigación en Comunicación Colectiva II
- 7.2 Comunicación Interna I
- 7.3 Análisis Histórico Contemporáneo II
- 7.4 Teoría de la Televisión
- 7.5 Mercadotecnia II
- 7.6 Pedagogía

**OCTAVO SEMESTRE:**

- 8.1 La Comunicación Colectiva y el Desarrollo Sociocultural
- 8.2 Seminario de Tesis
- 8.3 Técnicas de Información por Televisión
- 8.4 Didáctica
- 8.5 Multimedios de Comunicación Colectiva
- 8.6 Comunicación Interna II

NOTA: Este Plan de Estudios, actualmente en vigor,  
opera desde Julio de 1981 con el primer se-  
mestre.

atentamente

Profr. Humberto Carrillo y Colón

Coordinador de la Carrera



UNIVERSIDAD DE COLIMA,  
Escuela de Letras y Comunicación.

CCC  
AI  
0090

1. DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC,  
Decano: Salvador José Silva Padilla,  
Domicilio: Av. Universidad No. 333,  
C. Postal: 28000,  
Ciudad: Colima, Estado: Colima.  
Teléfono: (331) 28510  
Nivel: Universitario, No. de Egresados: 0  
Carácter: Pública, No. de Profesores: 15  
No. de Matriculados: 65  
Duración: 5 años, Fundación 1980.  
Recursos: Físicos BiGen.

2. ANTECEDENTES:

La Escuela se creó en 1980 otorgando el título de Licenciado en Letras y Comunicación. Actualmente el Plan de Estudios se está reformulando y a partir de septiembre de este año (1984) la Escuela contendrá dos licenciaturas, la Licenciatura en Letras y la Licenciatura en Comunicación. En 1983 surge la revista "Cenzontle" de la Escuela de Letras y Comunicación. En agosto de 1984 egresará la primera generación de la Escuela. (Encuesta FELAFACS 84).

3. CARACTERISTICAS:

La Universidad de Colima es una institución de carácter público que ofrece la licenciatura en Letras y Comunicación. Se financia tanto de ayudas estatales como de la contribución de los alumnos.

Por otro lado, la Licenciatura en Literatura y Comunicación ofrece 3 subsistemas para que el estudiante elija su campo de especialización: Función social de la literatura mexicana, periodismo y técnica editorial (Datos tomados del Documento - "Licenciatura en Literatura y Comunicación" Universidad Autónoma de Colima sin fecha. (Archivo CONEICC),

4. OBJETIVOS GENERALES:

1) Descubrir y analizar la función social de la literatura para orientar al público por medio de la estructuración de los valores literarios en la axiología humana y en la realidad, a través de artículos sobre libros y espectáculos culturales de carácter literario.

- 2) Manejar expeditamente la lengua oral y escrita.
  - 2.1. Para trabajos de corrección de estilo en el terreno editorial, de revisar publicaciones en la Banca, la industria, la publicidad y el turismo.
  - 2.2. Docencia en niveles medio-superior y superior, así como proyectos de investigación sobre la realidad latinoamericana.
- 3) Colaborar en la organización, creación y producción en revistas, suplementos culturales, coordinación y difusión cultural.
- 4) Elaborar guiones para la empresa radiofónica.
- 5) Analizar y criticar la realidad humanística y social del periodismo, en los niveles de emisión y recepción del mensaje. (Dcto. "Licenciatura y Comunicación" sin fecha archivo CONEICC).

#### 5. PERFIL:

"El profesionalista en literatura y comunicación será un licenciado en nueva modalidad, preparado en literatura y lengua, teoría, realidad y comunicación, que descubrirá y analizará la función social de la literatura y criticará la realidad social desde el discurso y su entorno. Para ello, partirá del ámbito del emisor del texto, de la producción social del discurso y del mundo del receptor. Conocerá los métodos de comunicación entre emisor y receptor de mensajes". (Dcto. "Licenciatura y Comunicación" sin fecha - archivo CONEICC).

#### 6. CAMPO DE TRABAJO DE LOS EGRESADOS:

- 1) Docencia.
- 2) Colaborar en periódicos y revistas.
- 3) Lengua oral y escrita en la UAC.
- 4) Comunicación oral y escrita en banca, industrias, agricultura.
- 5) Colaborar en planeación y programación educativa,
  - Velar por el desarrollo de la alfabetización.
  - Diseño de programación de alfabetización.
  - Español.
  - Literatura.
  - Colaborar en diseño de currículos.
- 6) Colaborar en programas de difusión cultural: radio, turismo, publicaciones y eventos culturales.
- 7) Investigación. Anteproyecto como ejemplo en este renglón de investigación.



1. Qué es el folklore.
  2. El folklore en Colima (literatura, cuentos, leyendas, canciones, danza).
- Publicidad: Promoción de la literatura.
  - Congresos: Asistir o promover.
  - Seminarios: Asistir o promover. (Archivo CONEICC).

# ONCO COMUN

ABOR- ORIO DE TOGRA- FIA	TEORIA DE LA COMUNICA- CION	COMUNICA- CION VISUAL	METODO- LOGIA II	LINGUISTI- CA II	HISTORIA DE LA LITERATU- RA	REDAC- CION III	FILOSOFIA III	TALLER PERIODIS- MO	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
COMUNICA- CION PERSONAL II	TEORIA DE LA COMUNICA- CION II	METODOLO- GIA I	HISTORIA DE LA CULTURA II	LINGUISTICA I	HISTORIA DE LA LITERATURA II	REDACCION II	FILOSOFIA II	3	22
3	4	3	3	4	4	4	4	3	28
COMUNICA- CION PERSONAL I	TEORIA DE LA COMUNICA- CION I	LOGICA	HISTORIA DE LA CULTURA I	RAICES GRECOLATI- NAS	HISTORIA DE LA LITERATURA I	REDACCION I	FILOSOFIA I	3	28
3	4	3	3	4	4	4	4	3	28

## Curso Propedúutico

NIVELACION DE ESTUDIOS

FILOSOFIA DE LA UNIVERSIDAD DE  
COLIMA

NOCIONES DE PRACTICA PROFESIONAL



# LIC. EN COMUNICACION

8	AUDIO-VISUAL 3	COMUNICACION INSTITUCIONAL PROPAGANDA II BASES JURIDICAS DE LAS INSTITUCIONES 7		COMUNICACION JURURAL EL MEDIO AUDIOVISUAL COMO ELEMENTO DIDACTICO LEGISLACION AGRARIA 7		COMUNICACION TURISTICA SOCIOLOGIA DEL TURISMO PUBLICIDAD EN MEDIOS AUDIOVISUALES 7		19
		COORDINACION DEL AREA TERMINAL 3		SEMIOTICA II 3		SISTEMAS DE INFORMACION 3		
7	IMPRESOS 3	COMUNICACION INSTITUCIONAL I RELACIONES PUBLICAS ADMINISTRACION PUBLICA PROPAGANDA I COMUNICACION POLITICA		COMUNICACION RURAL CAPACITACION COMUNICACION POLITICA SITUACION DEL AGRICULTOR EN MEXICO		COMUNICACION TURISTICA RELACIONES PUBLICAS PUBLICIDAD MERCADO DE SERVICIOS COMUNICACION ORGANIZACIONAL		21
		COORDINACION DEL AREA TERMINAL 3		SEMIOTICA I 3		SISTEMAS DE INFORMACION 3		
6	CINE 3	INVESTIGACION DE LA COMUNICACION II 4		COMUNICACION ORGANIZACIONAL 3		COMUNICACION RURAL II 3		22
		INVESTIGACION DE LA COMUNICACION I 4		COMUNICACION ORGANIZACIONAL 3		COMUNICACION RURAL I 3		
5	T.V. 3	COMUNICACION POLITICA 3		COMUNICACION ORGANIZACIONAL 3		COMUNICACION TURISTICA I 3		22
		COMUNICACION POLITICA 3		COMUNICACION ORGANIZACIONAL 3		COMUNICACION TURISTICA I 3		
4	RADIO 3	SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION I 4		COMUNICACION EDUCATIVA 3		LEGISLACION DE MEDIOS 3		23
		TEORIA DE LA COMUNICACION IV 3		COMUNICACION CULTURAL 3		TECNICAS DE LA INVESTIGACION 3		





**Escuela de Letras y Comunicación**

**LABORATORIOS**

Area Terminal  
Comunicación Institucional

Area Terminal  
Comunicación Turística

Area Terminal  
Comunicación Rural

Area Complementaria

**CONOCIMIENTOS  
PARTICULARES DE  
COMUNICACION**

**Conocimientos Generales.  
de Comunicación**

Area Terminal  
periodismo

Area Terminal  
Docencia e Investigación  
Literaria

Area Terminal  
Linguística y Redacción

Area Complementaria

**CONOCIMIENTOS  
PARTICULARES DE  
LITERATURA**

**Conocimientos Generales.  
de Literatura**

**TALLERES**

**TRONCO COMUN**

8

7

6

5

4

3

2

1

CCC  
AI  
0090

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA-XOCHIMILCO.  
DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES.  
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

1. DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC.  
Decano: Ma. del Carmen de la Peza Casares.  
Domicilio: Calz. del Hueso No. 1100 y Canal Nacional.  
Teléfono: Ciudad: México, Distrito Federal. C.P.04960  
(5) 594-78-33 Ext. 162  
Nivel: Universitario. No. de Egresados: 609  
Carácter: Pública. No. de Profesores: 69  
No. de Matriculados: 800  
Duración: 5 años, Fundación 1974.  
Recursos: Físicos: BiGen.  
Técnicos: LabFot, EstTV, EstGra,  
Requisitos: Trabajo final, examen final.

2. ANTECEDENTES:

Se fundó en 1974.

3. CARACTERISTICAS:

La Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco es una institución de carácter público. La Carrera de Ciencias de la Comunicación pertenece a la División de - Ciencias Sociales y Humanidades, la carrera se divide en períodos trimestrales, las fuentes de financiamiento son ayudas estatales, número de egresados de la facultad es de 609, y de graduados 281, el 58,5% de los egresados se dedican a la utilización de los medios, la facultad cuenta con Centro de Documentación y de investigación propios, para obtener el título de Lic. en Ciencias de la Comunicación es necesario un trabajo final y un trabajo práctico (producción), no es necesaria la elaboración de una tesis y un examen profesional, debido a que en el Sistema Modular el alumno aprende investigando. (Archivo CONEICC y encuesta FELAFACS 1984).

4. OBJETIVOS DE LA CARRERA:

"Formar profesionales capaces de elaborar políticas y estrategias de la Comunicación referidas a las necesidades e intereses de las mayorías sociales de nuestro País, fundamentadas así mismo en los valores que fomenten la Cultura Nacional.

Orientar la carrera con una visión interdisciplinaria para capacitar al egresado, tanto en la localización de las condiciones reales socioculturales de la comunidad para la cual va a realizar su trabajo, así como en el manejo de técnicas y lenguajes, adecuados a los objetivos trazados según el momento histórico en el - que la actividad de la Comunicación se sitúa". (Archivo CONEICC).



5. CAMPO DE TRABAJO:

Las oficinas de difusión, comunicación y/o información, en instituciones públicas y privadas, y organismos internacionales, en educación, salud, desarrollo rural, política, etc.

Debido a lo novedoso de este campo, universidades e institutos de investigación requirerñ docentes e investigadores en Comunicación,

Los medios masivos de comunicación necesitan planificadores, directores y productores de mensajes, en las ciudades de provincia y en el medio rural. (Archivo -- CONEICC).

## PLAN DE ESTUDIOS

*La estructura académica es diferente a la de otras universidades.*

### TRONCO GENERAL (1 año, 3 módulos)

#### TRONCO INTERDIVISIONAL

1er. Trimestre.

"Conocimiento y Sociedad"

Lo cursan alumnos de todas las carreras.

#### TRONCO DIVISIONAL

2o. Trimestre.

"Historia y Sociedad"

3er. Trimestre.

"México: Economía Política y Sociedad"

Los cursan alumnos de todas las carreras de la División de Ciencias Sociales y Humanidades.

A partir del Tronco Divisional se desarrolla un taller de Matemáticas y Estadística que apoya la formación metodológica y técnica del futuro profesional.

### TRONCO BASICO PROFESIONAL (2 años, 6 módulos)

4o. Trimestre.

"Comunicación, Ideología y Sociedad"

Taller de Fotografía.

5o. Trimestre.

"Comunicación y Clases Sociales".

Taller de Diseño Gráfico.

6o. Trimestre.

"Comunicación y Cambio Social".

Taller de Radio.

7o. Trimestre.

"Lenguajes de la Comunicación Social".

Taller de Periodismo.

8o. Trimestre.

"Discurso, Código, Signo y Significado".

Taller de Cine.

9o. Trimestre.

"Semiología de la Comunicación".

Taller de Televisión.

### AREA DE CONCENTRACION (1 año, 3 módulos)

Comunicación Social.

10o., 11o. y 12o. Trimestres.

"Comunicación como Educación" (I, II y III).

UNIVERSIDAD ANAHUAC  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL

CCC  
AI  
0090

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Gerardo Ocampo  
Dirección: Lomas Anahuac. A.P. 1100,  
Ciudad: México 10, Estado: Distrito Federal.  
Teléfonos: (5)5892200 ext. 222 y 223.  
Fundada el año: 1970.  
Nivel: Universitario.  
Caracter: Privada.  
Requisitos: trabajo final, examen final.  
Duración: 5 años.  
Títulos: LCsC.  
Datos al año 1985: No. de egresados 464  
No. de profesores 37  
No. de matriculados 625  
Recursos: Físicos: BiGen, CenInv.  
Técnicos; LabFot, SalRed, SalPro, EstTV, EstGra.

2.- ANTECEDENTES:

"En 1970 se fundó la Escuela con 44 alumnos y actualmente tiene 617. Los objetivos eran proporcionar al joven profesionista una licenciatura que analice los procesos sociales que unen a los seres humanos a través de - la creación, transmisión y recepción de mensajes y los medios por los - cuales sean eficientemente transmitidos. Se otorgaba diploma.

Actualmente cuenta con 37 maestros (12 de tiempo completo) y los objetivos siguen siendo los mismos, con un enfoque adecuado a las necesidades del momento.

Desde 1985 están incorporadas a la Secretaría de Educación Pública y otorga un título reconocido por las autoridades educativas del país."

3.- CARACTERISTICAS.

La Universidad Anáhuac es de carácter privado. Ofrece la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Hasta mayo de 1984 cuenta con 464 egresados de los cuales el 9.9% (46) son graduados (Encuesta FELAFACS 1984).

"La carrera enfatiza tres áreas de conocimiento: 1) conocimiento general del campo de la comunicación; 2) conocimiento profundo de varias áreas - substantivas de la comunicación (Com. Interpersonal; persuasión, comunicación no-verbal), Comunicación Organizacional, Comunicación en pequeños grupos, efectos de los medios de comunicación, etc.); 3) conocimiento y experiencia en áreas selectas de investigación de la comunicación". (Folleto: Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad Anáhuac p.4 sin fecha)

ESPECIALIDADES:

Durante 4 semestres, los alumnos analizan aspectos técnicos, que conforman su especialidad, estudiando también los ideológicos, psicológicos y sociales implicados. Ejercen prácticas en laboratorio y en el campo profesional. Dentro de la especialidad se concede gran importancia a las técnicas de investigación de campo. En el último año de la especialidad los alumnos viven, dentro de la escuela, la experiencia de un medio de comunicación -el de su especialidad- estructurado conforme a la realidad que encontrarán cuando egresen. Las especialidades ofrecidas son:



Cine	Periodismo
Radio	Publicidad
Relaciones Públicas.	Televisión

(Folleto Escuela de Ciencias de la Comunicación U. Anáhuac p. 4, sin fecha).

4.- OBJETIVOS:

Proporcionar al joven profesionista una licenciatura que analice los procesos sociales que unen a los seres humanos a través de la creación, transmisión y recepción de mensajes y los medios por los cuales sean eficientemente transmitidos, todo ello con un enfoque adecuado a las necesidades del momento. (Encuesta FELAFACS 84/punto 019).

- 5.- PERFIL: (NO viene explícito, viene lo siguiente con el título de La Profesión). "El Licenciado en Ciencias de la Comunicación analiza los procesos sociales que unen a los seres humanos a través de la creación, transmisión y recepción de mensajes. Se concentra en los elementos fundamentales de éstos y en los medios por los cuales son transmitidos" (Folleto Esc. de Cs. de la Com. U. Anáhuac, sin fecha, p. 3).

6.- CAMPO DE ACCION:

"Algunas de las posibilidades de trabajo del Licenciado en Comunicación, pueden ser: desarrollo de personal en las instituciones, organización y operación de los requerimientos de información de sistemas organizacionales; investigación del comportamiento comunicacional para la resolución de problemas; elaboración de material didáctico usando tecnología mediatizada; utilización de las características tecnológicas de los medios colectivos de comunicación, así como el estudio de los efectos que éstos producen; desarrollo de estrategias y producción de mensajes publicitarios a través de los medios colectivos de comunicación, docencia en las universidades e institutos superiores". (Folleto Esc. de Ciencias de la Com. U. Anáhuac, sin fecha p. 3).

## PLAN DE ESTUDIOS

### PRIMER SEMESTRE

Fundamentos de la  
Comunicación I  
Metodología  
Psicología General  
Teoría General  
Publicitaria

### SEGUNDO SEMESTRE

Fundamentos de la  
Comunicación II  
Psicología de la  
Personalidad  
Historia de la Filosofía I  
Lingüística

### TERCER SEMESTRE

Investigación de la  
Comunicación y  
Estadística I  
Sociología de la  
Comunicación  
Psicología Social  
Teoría General del  
Periodismo  
Historia de la Filosofía II

### CUARTO SEMESTRE

Investigación de la  
Comunicación y  
Estadística II  
Filosofía de la  
Ciencia  
Psicología de la  
Comunicación  
Teoría General de la  
Radiodifusión

### QUINTO SEMESTRE

Investigación de la  
Comunicación y  
Estadística III  
Lógica Formal Moderna  
Relaciones Públicas  
Teoría General  
Cinematográfica  
Historia Contemporánea

### SEXTO SEMESTRE

Problemas socioeconómicos  
de México  
Principios de Administración  
Aplicada  
Cibernética e  
Informática  
Problemas Filosóficos  
Contemporáneos

### SEPTIMO SEMESTRE

Teoría avanzada de la  
Comunicación I  
Filosofía de la  
Comunicación  
Principios de Mercado-  
tecnia

### OCTAVO SEMESTRE

Teoría avanzada de la  
Comunicación II  
Legislación de  
Medios

**NOVENO SEMESTRE**

Teoría Estética  
Metodología de Tesis

**DECIMO SEMESTRE**

Comunicación y Desarrollo  
Filosofía Social

**SINTESIS DE MATERIAS**

**AREA DE COMUNICACION**

**HISTORIA DE LOS MEDIOS.** Visión histórica de la evolución de los medios masivos de comunicación como base cultural para situar los problemas de la teoría de la comunicación. Se prolonga en Fundamentos de la Comunicación I

**FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACION I.** Análisis de una posible visión unitaria de la comunicación a nivel humano y social. Detallada investigación de los elementos integrantes de la comunicación, de sus teorías y campos de aplicación en la actualidad.

**FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACION II.** Continuación del curso de Fundamentos de la Comunicación I. Análisis de los elementos del proceso de la comunicación no verbal y sus implicaciones en el estudio de las relaciones reales a nivel personal y social.

**OPINION PUBLICA.** Concepto de opinión pública. Su origen y desarrollo dinámico en la sociedad. Factores que la constituyen, mecanismos de acción y modulación de la misma. La opinión pública frente a los diversos estratos de la sociedad.



INSTITUTO TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY.  
División de Ciencias y Humanidades. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: J. Rafael López Islas.  
Dirección: Av. Eugenio Garza Sada. No. 2504. (Suc. Correos J).  
Ciudad: Monterrey. Estado: Nuevo León.  
C.Postal: 64849  
Teléfonos: (83)582000 ext. 221, (83)582000 ext. 226.  
Fundada el año: 1971  
Nivel: Universitario.  
Caracter: Privada  
Requisitos: otros.  
Duración: 4 años.  
Títulos: LCsC.  
Datos al año 1985: No. de egresados 660  
No. de profesores 20  
No. de matriculados: 355  
Recursos: Físicos: BiGen.  
Técnicos: LabFot, SalRed, SalFro, EstTV, EstGra.

CCC  
AI  
0090

2.- ANTECEDENTES:

Se inicia en septiembre de 1971 con el propósito de formar profesionales para la administración de sistemas de comunicación en relaciones tanto públicas como privadas. (Encuesta FELAFACS 1984/ punto 019)

3.- CARACTERISTICAS DE LA ESCUELA:

El ITESM es una institución de carácter privado, la carrera de Ciencias de la Comunicación ahí inscrita depende del Departamento de Comunicación y a su vez de la División de Ciencias y Humanidades. Otorga la licenciatura - en Ciencias de la comunicación y sus fuentes de financiación, además de la contribución de alumnos proviene de empresas privadas.

Según la Encuesta FELAFACS 1984, el número de egresados, además, de los 20 profesores (100%) de la facultad, 1 (5%) presenta estudios a nivel doctorado, 5(25%) a nivel maestría y los 14 restantes (70%) a nivel licenciatura. Dentro de la carrera de Ciencias de la Comunicación que ofrece el ITESM no hay proyectos de investigación, ni tampoco profesores investigadores trabajando.

(Encuesta FELAFACS 1984).

# LCC

ITESM 3

## LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

### PRIMER SEMESTRE

	C.	L.	U.
Co -01 Comunicación oral	3	0	8
Co -02 Historia de la comunicación I	3	0	8
Ma -03 Métodos cuantitativos aplicados a las ciencias sociales	3	0	8
Cr -04 Teoría de la administración I	3	0	8
Fs -05 Sociología	3	0	8
Rh -06 Psicología	3	0	8
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>48</b>

### SEGUNDO SEMESTRE

	C.	L.	U.
Co -22 Introducción a la contabilidad	3	0	8
Co -03 Teoría de la comunicación II	3	0	8
Co -23 Metodología de la investigación	3	0	8
Co -04 Teoría y fundamentos contemporáneos	3	0	8
Ma -05 Estadística aplicada a las ciencias sociales	3	0	8
Cr -06 Teoría de la administración II	3	0	8
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>48</b>

### TERCER SEMESTRE

	C.	L.	U.
Co -05 Comunicación escrita	3	0	8
Co -11 Grupos de comunicación I	3	0	8
H -05 Historia del arte contemporáneo	3	0	8
H -30 Estrategia de la empresa	3	0	8
Rh -31 Administración de recursos humanos	3	0	8
Si -03 Computación aplicada a las ciencias sociales	3	0	8
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>48</b>

### CUARTO SEMESTRE

	C.	L.	U.
Co -13 Medios de comunicación II	3	0	8
Co -81 Laboratorio I	3	0	8
H -32 Semiótica	3	0	8
H -33 Semiótica	3	0	8
Ma -10 Mercadotecnia	3	0	8
Rh -39 Comportamiento en la organización	3	0	8
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>48</b>

### QUINTO SEMESTRE

	C.	L.	U.
Co -14 Medios de comunicación III	2	0	8
Co -82 Laboratorio II	3	0	8
H -64 Historia del pensamiento contemporáneo	3	0	8
H -25 Literatura universal contemporánea	3	0	8
H -34 Percepción avanzada	3	0	8
Ma -11 Análisis de mercados	3	0	8
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>48</b>

### SEXTO SEMESTRE

	C.	L.	U.
Co -16 Grupos para medios de comunicación	3	0	8
Co -27 Comunicación en grupos pequeños	3	0	8
Co -28 Opinión pública	3	0	8
Co -43 Laboratorio III	3	0	8
H -15 Literatura española contemporánea	3	0	8
Op -01 Optativa profesional I	3	0	8
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>48</b>

### SEPTIMO SEMESTRE

	C.	L.	U.
Co -08 Producción audiovisual	3	0	8
Co -48 Comunicación organizacional	3	0	8
Co -59 Imagen organizacional	3	0	8
H -26 Literatura hispanoamericana contemporánea	3	0	8
Co -51 Optativa cultural I	3	0	8
Op -02 Optativa profesional II	3	0	8
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>48</b>

### OCTAVO SEMESTRE

	C.	L.	U.
Co -49 Seminario de comunicación organizacional	3	0	8
Co -51 Seminario de imagen organizacional	3	0	8
Co -24 Laboratorio IV	3	0	8
Co -02 Optativa cultural II	3	0	8
Op -03 Optativa profesional III	3	0	8
Op -04 Optativa profesional IV	3	0	8
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>48</b>

\* Este carrera se ofrece en Monterrey y en las Unidades Noroeste Obregón y Querétaro.

INSTITUTO SUPERIOR DE CIENCIA Y TECNOLOGIA DE LA LAGUNA.  
(ISCYTAC). ESCUELA DE CIENCIAS DE LA INFORMACION.

CCC  
AI  
0090

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano:  
Domicilio: Av. Las Palmas y Heroe de Nacozari. Col. Bellavista. AP. 226.  
Ciudad; Gómez Palacio. Estado: Durango.  
C. Postal: 35050  
Teléfono : (17)141445.  
Fundada el año: 1975  
Nivel: Universitario.  
Caracter: Privada.  
Requisitos; Trabajo final. examen final.  
Duración: 4 años  
Títulos: LCsIn  
Datos al año 1985: No. de egresados 66  
No. de profesores 22  
No. de matriculados 89  
Recursos físicos: BiGen  
técnicos: LabFot, EstTV, EstBra.

2.- ANTECEDENTES. ENCUESTA FELAFACS 84/ punto 0.19 sin contestar.

3.- CARACTERISTICAS DE LA ESCUELA:

El ISCYTAC es una institución de carácter privado, dentro de ésta, la Escuela de Ciencias de la Información se presenta como escuela independiente, que otorga el título de Licenciado en Ciencias de la Información.

Hasta mayo de 1984, el número total de egresados de esta carrera es de 66, de los cuales 42, es decir, el 63.6% son ya graduados. En cuanto a los profesores de esta facultad (22, hasta mayo 84) el 13.6% tienen nivel de doctorado, otro 13.6% de maestría, el 68.1% de licenciatura, y el 4.5% lo constituye un pasante. En esta facultad no hay proyectos de investigación, ni tampoco profesores investigadores trabajando.

(Encuesta FELAFACS 1984).



**ISCYTAC**

INSTITUTO SUPERIOR DE CIENCIA Y  
TECNOLOGIA DE LA LAGUNA, A. C.

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA INFORMACION

HEROES DE NACOZARI S/N. APARTADO POSTAL 226  
TELEFONOS 4-26-66 Y 4-26-33

GOMEZ PALACIO, DGO. MEXICO

Marzo 17 de 1982.-

LIC. CRISTINA ROMO DE ROSELL  
AV. NIÑOS HEROES No. 1432-8  
44100 GUADALAJARA, JAL.

Estimada Licenciada:

Con la presente enviamos a Usted Plan de Estudios  
de la carrera de Ciencias de la Información.

<u>Nombre de Materias</u>	t.	p.	c.
<u>Primer SEMESTRE</u>			
Matemáticas I (Algebra)	3	0	6
Ingles I	3	0	6
Psicología I (General)	3	0	6
Metodología (Documental)	3	0	6
Redacción	3	0	6
Español Superior I	3	0	6
Textos Literarios Universales	3	0	6
Fotografía I	0	3	3
Administración I (General)	3	0	6
	<hr/> 24	<hr/> 3	<hr/> 51
<u>SEGUNDO SEMESTRE</u>			
Matemáticas II (Algebra)	3	0	6
Ingles II	3	0	6
Psicología II (Personalidad)	3	0	6
Laboratorio de Comunicación Oral	0	3	3
Español Superior II	3	0	6
Fotografía II	0	3	3
Diseño Gráfico I	0	3	3
Textos Literarios Hispanoamericanos I	3	0	6
Administración II (General)	3	0	6
	<hr/> 18	<hr/> 9	<hr/> 45

. . . . . pasa

INSTITUTO SUPERIOR DE CIENCIA Y  
TECNOLOGIA DE LA LAGUNA, A. C.  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA INFORMACION  
HEROE DE NACCOZARI S/N. APARTADO POSTAL 226  
TELEFONOS 4-26-66 Y 4-26-33  
GOMEZ PALACIO, DGO.

TERCER SEMESTRE

Estadística I	3	0	6
Psicología III (Motivación)	3	0	6
Teoría de la Comunicación Social I	3	0	6
Diseño Gráfico II	0	3	3
Lingüística	3	0	6
Mercadotecnia	3	0	6
Textos Literarios Hispanoamericanos II	3	0	6
Administración de Recursos Humanos	3	0	6
	<hr/>		
	21	3	45

CUARTO SEMESTRE

Estadística II	3	0	6
Psicología IV (Social)	3	0	6
Teoría de la Comunicación Social II	3	0	6
Teoría General de Cine, Radio y Televisión	3	0	6
Economía	3	0	6
Investigación de Mercados	3	0	6
Textos Literarios Mexicanos I	3	0	6
Comunicación en las Organizaciones Humanas I	3	0	6
	<hr/>		
	24	0	48

QUINTO SEMESTRE

Introducción a la Publicidad	3	0	6
Relaciones Públicas I	3	0	6
Introducción al Periodismo	3	0	6
Teoría de la Información I	3	0	6
Elementos de Televisión	3	0	6
Problemas Socioeconómicos de México	3	0	6
Textos Literarios Mexicanos II	3	0	6
Comunicación en las Organizaciones Humanas II	3	0	6
	<hr/>		
	24	0	48

SEXTO SEMESTRE

Textos Publicitarios	3	0	6
Relaciones Públicas II	3	0	6
Periodismo Informativo	3	0	6
Teoría de la Información II	3	0	6
Elementos de Cinematografía	3	0	6
Comunicación y Literatura Masiva	3	0	6
Sistemas Audiovisuales I	0	3	3
	<hr/>		
	18	3	39

INSTITUTO SUPERIOR DE CIENCIA Y  
TECNOLOGIA DE LA LAGUNA, A. C.  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA INFORMACION  
HEROES DE NACAZARI S/N. APARTADO POSTAL 226  
TELEFONOS 4-26-66 Y 4-26-33  
GOMEZ PALACIO, DGO.

SEPTIMO SEMESTRE

Campanas Publicitarias	3	0	6
Investigación de las Relaciones Públicas	3	0	6
Entrevista Periodística	3	0	6
Opinión Pública I	3	0	6
Investigación de la Comunicación I	3	0	6
Guionismo de Cine, Radio y Televisión	0	3	3
Sistemas Audiovisuales II	0	3	3
	<u>15</u>	<u>6</u>	<u>36</u>

OCTAVO SEMESTRE

Opinión Pública II	3	0	6
Investigación de la Comunicación II	3	0	6
Cibernética	3	0	6
Legislación de los medios de comunicación	3	0	6
Laboratorio de Audición Musical	0	3	3
Seminario de Ediciones	3	0	6
Análisis de la Actualidad Informativa	3	0	6
	<u>18</u>	<u>3</u>	<u>39</u>

Esperando sea de utilidad esta información,  
le saluda.

ATENTAMENTE  
*Nyda Mexsen Jaidar*  
LIC. NYDA J. MEXSEN JAIDAR  
CIENCIAS DE LA INFORMACION  
DIRECTORA  
ESCUELA DE CIENCIAS  
DE LA INFORMACION  
ISCYTAC  
INSTITUTO SUPERIOR DE  
CIENCIA Y TECNOLOGIA, A. C.  
Gómez Palacio, Dgo.

c.c. Expediente  
\*stm



INSTITUTO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OAXACA

CCC  
AI  
0090

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Emilio Luis Alvarez  
Domicilio: Fiallo No. 717. Ciudad: Oaxaca, Estado: Oaxaca.  
C. Postal: 68000  
Teléfonos: (951)64607  
Fundada el año: 1983  
Nivel: Universitario.  
Caracter: Privada  
Requisitos: Trabajo final. Examen final.  
Duración: 4 años  
Títulos: LCsC  
Datos al año 1985: No.de egresados  
No.de profesores 5  
No.de matriculados 27  
Recursos Físicos: BiGen, BiEsp., CenInv.  
Técnicos: LabFot, SalRed.

2.- ANTECEDENTES:

"El Centro de Estudios Superiores de Oaxaca se fundó en Agosto de 1984 al aceptar la UNAM la incorporación de la carrera de Ciencias de la Comunicación". (Encuesta FELAFACS 1984).

Características: Hasta la fecha no hay ningún egresado (encuesta apartado 020 junio 1984). Para obtener el título además de aprobar las asignaturas se requiere cumplir con el servicio social, presentar tesis y examen profesional; es necesario hacer dos traducciones una en inglés y una en francés (Archivo CONEICC).

3.- PERFIL DEL CANDIDATO:

El aspirante a esta carrera "deberá tener facilidad para el manejo, comparación y análisis de los sucesos, así como buena memoria que permita la asociación y organización de datos aislados para poder lograr un material informativo y sistematizado".

-La capacidad en el manejo del lenguaje deberá ser superior al término medio "ya que el correcto uso del idioma será el principal instrumento de trabajo". "Es recomendable en el estudiante el conocimiento de idiomas, sobre todo del inglés y del francés". (Archivo CONEICC).

# CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OAXACA

INCORPORADO A LA U. N. A. M.

Acuerdo: 59/83

Clave: 8814-24

Oficinas: M. Alcalá 801-A.

Tel. 6-13-84

C. P. 68000

Oaxaca, Oax.

## CURRÍCULUM ACADÉMICO

### PLAN DE ESTUDIOS

#### ASIGNATURAS PRIMER SEMESTRE

	<u>CREDITOS</u>
Historia Mundial Económica y Social I	08
Formación Social Mexicana I	08
Teoría Social I	08
Taller de Investigación y Redacción	10
Economía Política I	08
Laboratorio de Expresión Oral.	--
	<hr/> 42

#### ASIGNATURAS SEGUNDO SEMESTRE

Historia Mundial Económica y Social II	08
Formación Social Mexicana II	08
Teoría Social II	08
Metodología I	08
Economía Política II	08
Laboratorio de Fotografía	--
	<hr/> 40

#### ASIGNATURAS TERCER SEMESTRE

Historia Mundial Económica y Social III	08
Formación Social Mexicana III	08
Teoría Social III	08

# CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OAXACA

INCORPORADO A LA U. N. A. M.

Acuerdo: 59/83

Clave: 8814-24

Oficinas: M. Alcalá 801-A.

Tel. 6-13-84

C. P. 68000

Oaxaca, Oax.

<u>MATERIAS</u>	<u>CREDITOS</u>
Metodología II	08
Economía Política III	08
Laboratorio de Producción Audiovisual	--
	<hr/>
	40
<b>ASIGNATURAS CUARTO SEMESTRE</b>	
Teorías de la Comunicación y la Información	08
Introducción a la Lingüística	08
Psicología Social	08
Desarrollo, régimen y estructura de los medios de comunicación colectiva en México I	08
Géneros Periodísticos informativos (nota informativa, crónica noticiosa y entrevista)	08
Laboratorio de Periodismo	--
	<hr/>
	40
<b>ASIGNATURAS QUINTO SEMESTRE</b>	
Teoría de los medios de comunicación colectiva	08
Lenguaje y Sociedad	08
Sociología de la Comunicación Colectiva	08
Desarrollo, régimen y estructura de los medios de comunicación colectiva en México II	08
Géneros periodísticos interpretativos (reportaje)	08
Laboratorio de Radio	--
	<hr/>



# CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OAXACA

INCORPORADO A LA U. N. A. M.

Acuerdo: 59/83

Clave: 8814-24

Oficinas: M. Alcalá 801-A.

Tel. 6-13-84

C. P. 68000

Oaxaca, Oax.

## MATERIAS

## CREDITOS

### ASIGNATURAS SEXTO SEMESTRE

Técnicas de Información por cine	08
Técnicas de información por radio y televisión.	08
Psicología de la Comunicación Colectiva	08
Introducción al Estudio de la Opinión Pública	08
Géneros Periodísticos de Opinión Pública. (Editorial, Artículos de fondo y Comentario)	08
Laboratorio de Televisión.	--
	<hr/>
	40

### ASIGNATURAS SEPTIMO SEMESTRE

Metodos y Técnicas de Investigación en Comunicación Colectiva.	08
Administración Funcional	08
Análisis de Contenido	08
Derecho Internacional Económico y Social.	08
Seminario sobre el desarrollo Capitalista.	08
Sociología del Cine Y	08
	<hr/>
	48

### ASIGNATURAS OCTAVO SEMESTRE

Oficinas de Prensa	08
Procesamiento de Datos	08

# CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OAXACA

INCORPORADO A LA U. N. A. M.

Acuerdo: 59/83      Clave: 8814-24

Oficinas: M. Alcalá 801-A.

Tel. 6-13-84

C. P. 68000

Oaxaca, Oax.

## MATERIAS

## CREDITOS

Seminario. Administración de Servicios Municipales.	08
Seminario. Investigación sobre comunicación Colectiva, (Ideología y ensueños del hombre urbano).	08
Seminario. Los Problemas de la Educación	08
Sociología de las Culturas Indígenas en México.	08
	<hr/>
	48

NOTA: El C.E.S.O. está incorporado a la U.N.A.M., por lo mismo, se sigue el plan y programas de estudio de la Universidad Nacional. Sin embargo, el C.E.S.O., hátenido a bién incrementar una materia mas en cada semestre con la finalidad de darle una tónica regional.

UNIVERSIDAD DE SONORA.  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA Y CIENCIAS DE LA COMUNICACION  
CARRERA DE COMUNICACION

CCC  
AI  
090

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Daniel carlos Gutiérrez Rohan  
Dirección: Rosales Esquina Encinas  
Ciudad: Hermosillo, Estado: Sonora.  
C. Postal: 83000  
Teléfono: 62121046 ext. 157.  
Fundada el año: 1982.  
Nivel: Universitario.  
Carácter: Privada  
Requisitos: Trabajo final, examen final.  
Duración: 4 años  
Títulos: LGSCCR.  
Datos al año 1985: No. de egresados 155  
No. de profesores 25  
No. de matriculados 163  
Recursos físicos: BiGen.  
técnicos: LabFot, EstTV, EstGra.

2.- ANTECEDENTES:

El departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación se fundó en abril de 1982 después de un conflicto originado en la Universidad del Noroeste, la creación de estas especialidades obedeció a una situación política más que a una planeación académica.

Las carreras empezaron a funcionar por la misma inercia del plan de estudios implementado en la Universidad del Noroeste inmersas en una identificación profesional, con generaciones de semestres avanzados.

Se implementa un nuevo currículum para dar un sentido propio de acuerdo al perfil de la universidad". (Inf. encuestas FELAFACS, apartado 019 pág. 7 abril 13/1984).

"De 1982 a 1985 se ha trabajado sobre la marcha, con una población estudiantil creciente con el objeto de crear las bases estructurales que permitan el sostenimiento de la carrera, así como de consolidar una planta solvente de profesores, investigadores y una infraestructura mínima para la realización del trabajo.

Cuando la escuela nació, solo había estudiantes. Fue preciso elaborar un nuevo plan de estudios, conseguir aulas, trabajar sin talleres y, sobre todo, comenzar a formar una planta docente profesional".  
(Carta dirigida a Raúl Fuentes, mayo 28/1985 - Archivo CONEICC).

3.- CARACTERISTICAS:

La carrera de ciencias de la Comunicación depende del Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora, la cual es una institución de carácter público. En 1984 contaba con 300 alumnos matriculados y sus fuentes de financiamiento son: subsidio federal y sorteos. No ha habido ningún egresado hasta esta fecha (1984) y el número total de alumnos en la universidad es de 18,500 .

Para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, es necesario realizar y presentar un trabajo final, además de cumplir con el servicio social. (Encuesta FELAFACS 84).

"De la planta de maestros de tiempo completo hay 6 egresados de escuelas de comunicación.

Una de las principales limitaciones de la carrera es lo concerniente a equipo para la producción en medios. Aunque la Universidad posee radiodifusora en AM y Onda Corta y un canal de televisión, no ha sido posible consolidar el - area de talleres".

(Carta dirigida a Raúl Fuentes, pag. 2, mayo 28/1985 - Archivo CONEICC).

**OBJETIVOS:**

"Su objetivo es formar un Licenciado en Ciencias de la Comunicación con la capacidad de analizar científicamente en el marco de las Ciencias Sociales, los fenómenos concretos de la sociedad en la que participa así como de manejar - creativamente los medios de comunicación masiva. Se trata de lograr un equilibrio entre su capacidad teórica, de investigación, de planeación y de producción de medios".

(Carta dirigida a Raúl Fuentes, pag. 3, mayo 28/1985 - Archivo CONEICC).



LISTADO DE MATERIAS  
 CIENCIAS DE LA COMUNICACION  
 PLAN 85-2

CLAVE	M A T E R I A	HORAS		CRED.	REQ.
		T	P		
I SEMESTRE					
1376	Formación Social Mexicana I	4	0	08	---
4240	Metodología de las Ciencias Sociales I	4	0	08	---
1378	Economía Política I	4	0	08	---
4241	Desarrollo de la Comunicación en México I	4	0	08	---
4242	Taller de Prensa I	2	2	06	---
1381	Taller de Fotografía I	2	2	06	---
II SEMESTRE					
1382	Formación Social Mexicana II	4	0	08	1376
4243	Metodología de las Ciencias Sociales II	4	0	08	4240
1384	Economía Política II	4	0	08	1378
4244	Desarrollo de la Comunicación en México II	4	0	08	4241
4245	Taller de Prensa II	2	2	06	4242
1387	Taller de Fotografía II	2	2	06	1381
III SEMESTRE					
4246	Historia Regional I	4	0	08	1382
4247	Teoría Social	4	0	08	4243
4348	Historia Mundial Contemporánea	4	0	08	1382
4249	Sociología de la Comunicación I	4	0	08	4244
4250	Taller de Radio I	2	2	06	4245
1391	Matemáticas	4	0	08	---
IV SEMESTRE					
4251	Historia Regional II	4	0	08	4246
4252	Sociología de la Comunicación II	4	0	08	4244
4253	Corrientes Científicas de la Comunicación	4	0	08	4247
4254	Ideología y Comunicación I	4	0	08	---
4255	Taller de Radio II	2	2	06	4250
4256	Estadística aplicada a las Ciencias Sociales I	4	0	08	1391

CLAVE	M A T E R I A	HORAS T - P	CRED.	REQ.
V SEMESTRE				
4257	Sociología de la Comunicación III	4 - 0	08	4252
4258	Corrientes Científicas de la Comunicación II	4 - 0	08	4253
4259	Ideología y Comunicación II	4 - 0	08	4254
4260	Taller de Cine I	2 - 2	06	4255
4261	Estadística Aplicada a las Ciencias Sociales II Optativa	4 - 0	08	4256
VI SEMESTRE				
4262	Cultura y Comunicación I	4 - 0	08	4259
4263	Comunicación y Educación	4 - 0	08	4257
4264	Comunicación y Contexto Internacional	4 - 0	08	4248
4265	Taller de Cine II Optativa	2 - 2	06	4260
VII SEMESTRE				
4266	Cultura y Comunicación II	4 - 0	08	4262
4267	Seminario de Investigación Regional I	3 - 3	09	220 Créd.
4268	Taller de Televisión I Optativa Optativa	2 - 2	06	4263
VIII SEMESTRE				
4269	Seminario de Investigación Regional II	3 - 3	09	4267
4270	Taller de Televisión II Optativa Optativa	2 - 2	06	4268
IX SEMESTRE				
4271	Seminario de Tesis	4 - 4	12	4269
4272	Taller de Producción	4 - 4	12	4270

O B S E R V A C I O N E S :

Para que el alumno se considere Pasante de la carrera de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, deberá cubrir un mínimo de 360 créditos de los cuales corresponden:

- 312 créditos a materias obligatorias
- 48 Créditos a materias optativas.

CCC  
AI  
0090

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES. ACATLAN.  
(ENEP - ACATLAN - UNAM)  
División de Humanidades, Depto. de Educación y Comunicación.  
Carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva.

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Ma. Lourdes Gómez Castelazo de M.  
Domicilio: Dirección: Av. Alcanfores y Vista del Valle s/n., Sta. Cruz de Acatlán.  
Ciudad: Naucalpan de Juárez. Estado: México.  
C. Postal:  
Teléfonos: 3738878 ext. 120. 53732840 ext. 183.  
Fundada el año: 1975  
Nivel: Universitario.  
Caracter: Pública.  
Duración: 4.5 años  
Títulos; LPeCCr.  
Datos al año 1985: No. de egresados 477  
No. de profesores 42  
No. de matriculados. 860  
Recursos: Físicos: BiGen, CenDoc, CenInv.  
Técnicos: SalRed, SalPro, EstTV, EstGra. A.M., F.M.

2.- ANTECEDENTES:

Dentro de una política general de descentralización y de nuevos sistemas de enseñanza dentro de la UNAM se creó en Mayo de 1975 la ENEP-ACATLAN-UNAM, (y otras ENEPS) en la parte Noroeste de la ciudad, con 11 carreras, entre ellas, la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva. El Perfil y los objetivos de la carrera de Periodismo se modificaron y entraron en vigor a partir del año de 1983 semestre (84-I) comprendido de noviembre de 1983 al mes de abril de 1984. Esta modificación se realizó de tal manera que incluyeran las diferentes posibilidades que ofrece la realidad profesional para desempeñarse en esta profesión. Por lo que se eliminó el énfasis que se hacía en la prensa. (Datos obtenidos de la Encuesta FELAFACS 1984/punto 019).

3.- CARACTERISTICAS:

La Escuela Nacional de Estudios Profesional, Acatlán, UNAM tiene carácter público. La carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva se encuentra ubicada dentro de ésta en la División de Humanidades Depto. de Educación y Comunicación/ Coordinación de Periodismo y Com. Colectiva.

Tiene una duración de 4½ años y el número de alumnos matriculados en 1984 es de 860. Otorga la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva. Sus fuentes de financiación la constituyen: a) ayudas estatales, b) contribución alumnos y Recursos internos de la Universidad.

Hasta mayo de 1984, son 477 los egresados de la facultad de los cuales, sólo 14 graduados, es decir, el 2.9% del total. En cuanto al tipo de formación de los docentes hasta 1984, el 2,38% es a nivel doctorado, y el 97.6% restante a nivel licenciatura. (Encuesta FELAFACS 1984).

4.- PERFIL PROFESIONAL DEL LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA.

-El profesional de esta carrera:

Valora los procesos de la comunicación para lo cual analiza en forma sistemática y permanente las diversas teorías de la comunicación, así como las circunstancias sociales en que estas se producen y aplican.

-A través del análisis desentraña la realidad social y da a conocer tales sucesos dentro del contexto histórico y social de México.

-En la elaboración de mensajes asume una postura crítica por encima de las limitaciones que tratan de imponerle, en lo personal o en lo institucional, quienes detentan el poder económico o político.

-Examina los mensajes y los medios de comunicación a la luz de su sentido y significación como estructuras económicas, políticas y sociales.

-Como productor y emisor de mensajes establece la importancia de los mismos, y los comunica al público a través de diarios y revistas, agencias informáticas, libros, películas, radio y televisión.

-Posee la formación necesaria para dedicarse a la investigación e inicia su desarrollo como docente.

-Está capacitado para ejercer otras actividades dentro de la comunicación colectiva como publicidad, propaganda, relaciones públicas.

-Participa en la planeación, organización y dirección de instituciones de comunicación colectiva.

-Cuenta con un conocimiento suficiente de la lengua, lo que le permite expresarse con propiedad, claridad y precisión.

5.- OBJETIVOS GENERALES DE LA CARRERA.

- 1) Evaluará las teorías, los métodos y las técnicas del periodismo y de la comunicación colectiva en general, con el fin de coadyuvar el desarrollo de estas disciplinas.
- 2) Propondrá métodos de investigación en la comunicación colectiva, así como técnicas periodísticas, acordes con la realidad nacional.
- 3) Diseñará técnicas alternativas a las formas de comunicación colectiva existentes.
- 4) Valorará la importancia de la lengua como instrumento fundamental del acto comunicativo, y la empleará con precisión al elaborar mensajes, atendiendo a las características de los diversos medios de comunicación que utilice.
- 5) Evaluará acontecimientos y transmitirá informaciones a través de los medios de comunicación, asumiendo la responsabilidad social que ello implica.



PREESPECIALIDADES	CICLO BASICO						CICLO PREESPECIALIZACION						TOTAL TEORICOS		TOTAL PRACTICO		TOTAL CARRERA		
	Teóricos			Práctico			Teóricos			Práctico			Hrs	Créd	Hrs	Créd	Hrs	Créd	
	Hrs	Créd	Total	Hrs	Créd	Total	Hrs	Créd	Total	Hrs	Créd	Total							
COMUNICACION PERSUASIVA	127	254	26	26	26	153	280	26	52	14	14	40	66	153	306	40	40	193	346
INVESTIGACION Y DOCENCIA	127	254	26	26	26	153	280	26	52	14	14	40	66	153	306	40	40	193	346
PERIODISMO ELECTRONICO	127	254	26	26	26	153	280	26	52	14	14	40	66	153	306	40	40	193	346
PERIODISMO ESCRITO	127	254	26	26	26	153	280	26	52	14	14	40	66	153	306	40	40	193	346

PORCENTAJES:

CICLO BASICO

127 Horas Teóricas 83%  
 26 Horas Prácticas 17%  
 153 Horas 100%

CICLO PREESPECIALIZACION

26 Horas Teóricas 65%  
 14 Horas Prácticas 35%  
 40 Horas 100%

TOTAL

153 Horas Teóricas 79%  
 40 Horas Prácticas 21%  
 193 Horas 100%

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

CREDITOS

PRIMER SEMESTRE

Técnicas de Investigación Documental y de Campo	6
Introducción a la Epistemología	8
Introducción a las Matemáticas	8
Teoría Económica I	8
Introducción a la Sociología	8

SEGUNDO SEMESTRE

Elementos de Lingüística	8
Metodología de las Ciencias Sociales	8
Estadística Descriptiva	8
Teoría Económica II	8
Introducción al Estudio del Derecho	8

TERCER SEMESTRE

Géneros Periodísticos Informativos I (Nota Informativa)	7
Introducción a las Ciencias de la Comunicación	8
Historia Mundial del Siglo XX-I	8
Introducción a la Ciencia Política	8
Derecho Constitucional	8

CUARTO SEMESTRE

Géneros Periodísticos Informativos II (Entrevista)	7
Teoría de la Comunicación Colectiva I (Funcionalismo)	8
Historia Mundial del Siglo XX-II	8

*T. C. Pedrag*

## CREDITOS

Sociedad y Política del México Actual	8
Desarrollo de los Medios de Comunicación Colectiva en México I (Prensa)	8
Sociolingüística	8

QUINTO SEMESTRE

Géneros Periodísticos Informativos III (Reportaje)	7
Teoría de la Comunicación Colectiva II (Estructuralismo)	8
Métodos de Investigación y Comunicación Colectiva I (Emisor y Receptor)	8
Análisis de los Problemas Socioeconómicos y Políticos del México Actual	8
Desarrollo de los Medios de Comunicación Colectiva en México II (Cine, Radio y TV)	8
Historia Contemporánea de América Latina	8

SEXTO SEMESTRE

Géneros Periodísticos de Opinión I (Artículo y Editorial)	7
Teoría de la Comunicación Colectiva III (Marxismo)	8
Métodos de Investigación en Comunicación Colectiva II (Mensaje)	8
Ética de la Comunicación	8
Organización y Funcionamiento de Empresas de Comunicación	8

## CREDITOS

SEPTIMO SEMESTRE

Géneros Periodísticos II (Columna y Crítica)	7
Técnicas de Información por Radio y T. V.	5
Métodos de Investigación en Comunicación Colectiva III (Mensaje)	8

OCTAVO SEMESTRE

Seminario de Tesis I	5
----------------------	---

NOVENO SEMESTRE

Seminario de Tesis II	5
-----------------------	---

ASIGNATURAS DE LAS PREESPECIALIDADESINVESTIGACION Y DOCENCIASEPTIMO SEMESTRE

Seminario de Análisis de Contenido	5
Teoría Pedagógica	8

OCTAVO SEMESTRE

Seminario de Metodología Estructuralista	5
Análisis de los Fenómenos de la Comunicación en México	7
Didáctica de la Especialidad	6
Optativa	8



NOVENO SEMESTRE

## CREDITOS

Seminario de Metodología Marxista	5
Procesamiento de Datos	6
Comunicación Educativa ✓	8
Optativa	8

COMUNICACION PERSUASIVASEPTIMO SEMESTRE

Seminario de Análisis de Contenido	5
Psicología Social	8

OCTAVO SEMESTRE

Publicidad ✓	5
Opinión Pública ✓	6
Psicología de la Comunicación Colectiva	8
Optativa	8

NOVENO SEMESTRE

Propaganda	5
Relaciones Públicas	5
Sociología de la Comunicación Colectiva	8
Optativa	8

PERIODISMO ELECTRONICOSEPTIMO SEMESTRE

Psicología Social	8
-------------------	---

## CREDITOS

Periodismo y Literatura

8

OCTAVO SEMESTRE

Producción y Programación Radiofónicas ←

5

Agencias Informativas ←

6

Adaptación de Textos para Medios de Comunicación ←

Colectiva I (Radio)

6

Optativa

8

NOVENO SEMESTRE

Producción y Programación Televisivas ←

6

Información Especializada por T. V. ←

6

Adaptación de Textos para Medios de Comunicación

Colectiva II (Televisión y Cine)

6

Optativa

8

PERIODISMO ESCRITOSEPTIMO SEMESTRE

Problemas Actuales de la Prensa en México ←

8

Agencias Informativas ←

6

OCTAVO SEMESTRE

Seminario de Periodismo Especializado ←

3

## CREDITOS

OCTAVO SEMESTRE

Edición Periodística I	6
Taller de Fotografía Periodística	6
Optativa	8

NOVENO SEMESTRE

Seminario de Historia y Periodismo ✓	5
Edición Periodística II	6
Periodismo y Literatura	8
Optativa	8

ASIGNATURAS OPTATIVAS (Para todas las Preespecialidades)

Investigación en Comunicación Alternativa - <i>Sem.</i> ✓	8
Seminario de Cultura de Masas - <i>sem.</i> ✓	8
Lenguaje Cinematográfico ✓	8
Literatura Latinoamericana Contemporánea ✓	8
Técnicas de Elaboración de Audiovisuales ✓	8
Técnicas de Cine Documental ✓	8
Comunicaciones Internas ✓	8

UNIVERSIDAD INTERCONTINENTAL.  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

CCC  
AI  
0090

1. DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC,  
Domicilio: Insurgentes Sur 4135,  
Ciudad: México, Distrito Federal,  
C. Postal: 14140  
Teléfono: (5) 573--85-44 Ext. 116  
Duración: 4.0 años.  
Nivel: Universitario.  
Carácter: Privada. Fundación 1976.  
Datos al año 1985: No. de Egresados: 320  
No. de Profesores: 38  
No. de Matriculados: 250  
Recursos: BiGen, BiEsp, CenDoc. (Físicos)  
Técnicos: LabFot, SalRed, SalProd, EstTV, EstGra.

2. ANTECEDENTES:

Se fundó en 1976 (agosto), con el objetivo de preparar académicamente profesionales en Ciencias de la Comunicación con un sentido humanístico y un adiestramiento técnico adecuado y actualizado".

3. CARACTERISTICAS: Es una universidad privada. El número de alumnos matriculados en 1984 fue de 250 aproximadamente, el título que otorga la facultad es de Lic. en Ciencias de la Comunicación Colectiva. El número de egresados es de 38. Es una universidad de inspiración cristiana.

4. CAMPO DE TRABAJO:

"En diarios y revistas, en empresas editoriales, en centros radiofónicos, fílmicos y de T.V. en compañías publicitarias y de relaciones públicas. (Archivo CONEICC).



U. Interactividad

licenciado en ciencias de la comunicación

incorporación sep 644

28 DE ENERO DE 1989

# plan de estudios

## primer semestre

- I-1-01 introducción a las ciencias de la comunicación.
- I-2-01 redacción I.
- I-3-01 teoría literaria I.
- I-4-01 teoría y taller de psicología I.
- I-5-01 historia mundial I.
- I-6-01 historia de México I.
- I-7-01 economía política I.
- I-8-01 estadística I.

## segundo semestre

- II-1-01 redacción II.
- II-2-01 teoría literaria II.
- II-3-01 teoría y taller de fotografía II.
- II-4-01 historia mundial II.
- II-5-01 historia de México II.
- II-6-01 economía política II.
- II-7-01 estadística II.

## tercer semestre

- III-1-01 géneros periodísticos informativos.
- III-2-01 medios audiovisuales I.
- III-3-01 teoría y taller de radiodifusión I.
- III-4-01 lingüística y semántica.
- III-5-01 metodología I.
- III-6-01 esquema jurídico mexicano.
- III-7-01 historia de la filosofía I.

## cuarto semestre

- IV-1-01 géneros periodísticos interpretativos (reportajes).
- IV-2-01 medios audiovisuales II.
- IV-3-01 teoría y taller de radiodifusión II.
- IV-4-01 desarrollo de los medios de comunicación en el mundo.
- IV-5-01 metodología II.
- IV-6-01 régimen legal de los medios de comunicación.
- IV-7-01 historia de la filosofía II.

1. ¿cual es su función?
  - el licenciado en ciencias de la comunicación está en contacto con la realidad nacional e internacional.
  - maneja información.
  - sabe como hacer una investigación cómo analizada y cómo transmitirlo.
  - está en aptitud de conocer las corrientes de opinión y de poder dirigir a ellos tanto elementos informativos como formativos culturales o de esparcimiento.
  - es diestro en las técnicas de la comunicación en general.
2. ¿en dónde puede trabajar?
  - en diarios y revistas.
  - en empresas editoriales.
  - en centros radiofónicos, filmicos y de televisión.
  - en compañías publicitarias o de relaciones publicas.
3. ¿qué aptitudes se requieren para hacer la carrera?
  - disposición para el buen uso del lenguaje.
  - destreza mental y agilidad para afrontar circunstancias imprevisos.
  - dominio de si mismo.
  - sentido práctico.
  - aptitud para el análisis.
  - honradez en la obtención y transmisión de noticias.
  - imógenes y recursos audiovisuales.
  - respeto a la verdad, a la libertad, a la dignidad personal y al bien común.
4. ¿qué equipo debe aportar el alumno?
  - fotografía: cámara, rollos, papel de impresión.
  - redacción: máquina de escribir.
  - cine: cámara y rollos de película.
  - medios audiovisuales: el mismo equipo de fotografía y cine.

n.b. todo este equipo, según indicaciones del maestro respectivo.



UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO. UNIDAD NUEVO LAREDO.  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

CCC  
AI  
0090

### 1. DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC.  
Domicilio: Orizaba No. 3829, Col, México,  
Ciudad: Nuevo Laredo, Estado: Tamaulipas.  
C. Postal: 88280.  
Teléfono: 49620 y 48829.  
Nivel: Universitario,  
Carácter: Privada,  
Requisitos: Examen final,  
Duración: 4.0 años. Fundación 1980.  
Datos al año 1984: No. de Egresados: 18  
No. de Profesores: 13  
No. de Matriculados: 100  
Recursos: Físicos: BiGen, BiEsp, CenInv.  
Técnicos: LabFot, SalPro, EstTV, EstGra.

### 2. ANTECEDENTES:

"La Escuela se fundó en 1980 como tal, bajo un sistema tetramestral, pudiéndose terminar la carrera en 3 años. En 1983 (septiembre) después de un estudio sobre rendimiento escolar y planeación académica, se dictaminó pasar al sistema semestral y se reformuló radicalmente el Plan de Estudios, ajustándose a 8 semestres con 7 materias cada uno y un total de 25 frecuencias de 45 Min. c/u por semana,

Asimismo, se eliminaron las acentuaciones que existían en el sistema tetramestral (en medios masivos, publicidad y relaciones humanas), por determinarse que el campo de trabajo de nuestros egresados no exigía especialización, sino un manejo general aunque completo de las 3 áreas.

Desde septiembre de 1983, la Escuela de Ciencias de la Comunicación ha buscado relacionar el estudio y análisis de las teorías de la comunicación con los laboratorios y con las prácticas en los medios masivos de la localidad. La Escuela cuenta desde entonces con 2 planas dominicales en los dos periódicos diarios más importantes de la Ciudad (el contenido es periodismo-cultura y lo elaboran alumnos y maestros de la Escuela) y un programa de música en una estación radiofónica, también dominical, realizado por los alumnos de las materias de producción radiofónica. Asimismo se ha buscado fomentar la investigación, y hasta el momento se cuenta con un acervo importante de trabajos y estudios realizados por los alumnos de diversas áreas, todos ellos relacionados con la problemática local y regional en materia de comunicación de masas, (Encuestas FELAFACS, 1984).

### 3. CARACTERISTICAS:

La Facultad de Ciencias de la Comunicación es una Facultad dependiente de la Coordinación Nuevo Laredo. (La Universidad Valle del Bravo es una institución privada. El número de alumnos matriculados en 1984 fue de 100. El título que otorga la Facultad es el de Lic. en Ciencias de la Comunicación, el número de egresados hasta la fecha es de 18 y de graduados 8, la Facultad cuenta con biblioteca especializada en Comunicación y un centro de investigación propios.

#### 4. OBJETIVOS:

"El objetivo fundamental continua siendo la formación de expertos en la producción y difusión de mensajes de comunicación, así como en el análisis y cuestionamiento de los productos de la industria cultural. La orientación es eminentemente social y se rechaza el uso administrativo de la investigación, intentándose por el contrario formar recursos humanos conscientes de su función para impulsar el cambio social hacia una sociedad más justa y equitativa". (Encuestas FELAFACS 84).



# UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

## PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION U.V.B.

CLAVE	MATERIA	FRECUENCIA	CREDITOS	REQUISITO
<u>I SEMESTRE</u>				
LCC-11	Teoría de la Comunicación	4	8	BACH. SC. Y H.
LCC-12	Español Superior I	4	8	" " " "
LCC-13	Psicología General	3	6	" " " "
LCC-14	Historia Social de México	3	6	" " " "
LCC-15	Taller de Lec. y Redacción	4	4	" " " "
LCC-16	Estadística	4	8	" " " "
LCC-17	Inglés I	3	6	" " " "
<u>II SEMESTRE</u>				
LCC-21	Lab. de Comunicación Verbal	4	6	LCC-11
LCC-22	Español Superior II	3	6	LCC-12
LCC-23	Sociología	4	8	
LCC-24	Administración General	3	6	
LCC-25	Metodología de la Investigación	4	8	LCC-16
LCC-26	Introducción al Periodismo	4	8	LCC-11
LCC-27	Inglés II	3	6	LCC-17
<u>III SEMESTRE</u>				
LCC-31	Taller de Redacción Periodística I	4	4	LCC-26
LCC-32	Introd. a la Radio y la TV	4	8	LCC-11
LCC-33	Análisis Literario	3	6	LCC-22
LCC-34	Sist. Político Mexicano	3	6	LCC-14
LCC-35	Comunicación de Masas	4	8	LCC-11
LCC-36	Lab. de Fotografía	4	4	
LCC-37	Inglés III	3	6	LCC-27
<u>IV SEMESTRE</u>				
LCC-41	Taller de Redacc. Period. II	4	4	LCC-31
LCC-42	Teoría del Cine	4	8	LCC-11
LCC-43	Publicidad I	4	8	
LCC-44	Mercadotecnia	3	6	
LCC-45	Relaciones Públicas	4	8	
LCC-46	Administración de Personal	3	6	LCC-24
LCC-47	Inglés IV	3	6	LCC-37
<u>V SEMESTRE</u>				
LCC-51	Técnicas Audiovisuales	4	6	LCC-36
LCC-52	Psicología Industrial	4	8	LCC-13



# UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

LCC-53	Opinión Pública	4	8	LCC-34/LCC-26
LCC-54	Publicidad II	3	6	LCC-43
LCC-55	Teoría Económica	3	6	
LCC-56	Guiones de Cine y T.V.	4	8	LCC-42
MOP-57	Optativa	3	6	

## ACENTUACION EN MEDIOS MASIVOS Y PUBLICIDAD

### VI SEMESTRE

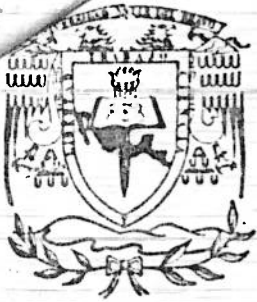
MMP-61	Investigación de Mercados	4	8	LCC-25/LCC-44
MMP-62	Teoría del Dibujo Publicitario I	4	8	LCC-54
MMP-63	Técnicas de Investigación Documental	3	6	LCC-25
MMP-64	Laboratorio de Radio I	4	4	LCC-32
MMP-65	Laboratorio de Cine I	4	4	LCC-56
MMP-66	Medios Publicitarios	3	6	LCC-54
MOP-67	Optativa	3	6	

### VII SEMESTRE

MMP-71	Teoría del Dibujo Publicitario II	3	6	MMP-62
MMP-72	Laboratorio de Radio II	4	4	MMP-64
MMP-73	Laboratorio de Cine II	4	4	MMP-65
MMP-74	Laboratorio de Televisión I	4	4	LCC-32
MMP-75	Régimen Legal de la Public. en México	3	6	
MMP-76	Fotografía Publicitaria	4	8	LCC-54
MMP-77	Prensa Comparada	3	6	LCC-26

### VIII SEMESTRE

MMP-81	Sem. de Casos Práct. de Mercado y Publicidad	4	8	MMP-61
MMP-82	Org. de Deptos. y Agencias de Public.	4	8	MMP-66
MMP-83	Creatividad Publicitaria	4	8	MMP-71
MMP-84	Laboratorio de Televisión II	4	4	MMP-74
MMP-85	Comunicación Intercultural	3	6	LCC-11
MMP-86	Seminario de Tesis	3	6	LCC-25
MMP-87	Optativa	3	6	



# UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

## AGENTUACION EN RELACIONES HUMANAS Y PUBLICAS

### VI SEMESTRE

RHP-61	Dinámica de Grupos	4	8	LCC-52
RHP-62	Relaciones Públicas II	3	6	LCC-45
RHP-63	Higiene Mental en la Organización	4	8	LCC-52
RHP-64	Psico-Pedagogía	3	6	
RHP-65	Relaciones Industriales	4	8	LCC-52
MMP-64	Laboratorio de Radio	4	8	LCC-32
MOP-66	Optativa	3	6	

### VII SEMESTRE

RHP-71	Entrevista Psicológica	4	8	RHP-61
RHP-72	Desarrollo de la Comunidad	3	6	
RHP-73	Desarrollo Organizacional I	4	8	
RHP-74	Desarrollo de Recursos Humanos I	4	8	RHP-65
MMP-74	Laboratorio de Televisión			
RHP-75	Microeconomía	3	6	LCC-55
RHP-76	Optativa	3	6	

### VIII SEMESTRE

RHP-81	Periodismo Empresarial	4	8	LCC-26
RHP-82	Derecho del Trabajo	4	8	
RHP-83	Desarrollo Organizacional II	3	6	RHP-73
RHP-84	Desarrollo de Recursos Humanos II	4	8	RHP-74
RHP-85	Macroeconomía	4	8	RHP-76
MMP-86	Seminario de Tesis	3	6	LCC-25
MOP-86	Optativa	3	6	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

CCC  
AI  
0090

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Lourdes Romero  
Dirección: Ciudad Universitaria. Circuito Interior.  
Ciudad: México Estado: Distrito Federal.  
C. Postal: 4510  
Teléfonos: 55505558, 55488407  
Fundada el año: 1951  
Nivel: Universitario  
Caracter: Pública  
Requisitos: Trabajo final, Examen final, Trabajo práctico.  
Duración: 4 años  
Títulos: LCsC, MCsC.  
Datos al año 1985: No. de egresados  
No. de profesores 96  
No. de matriculados 2042  
Recursos: Físicos: BiGen, CenDoc, CenInv.  
Técnicos: LabFot, SalRed, SalPro, EstTV, EstGra.

2.- ANTECEDENTES:

"La licenciatura en Ciencias de la Comunicación que se imparte en la Facultad de ciencias Políticas y Sociales, bajo la coordinación del Departamento de especialidad correspondiente, tuvo su origen en el año 1951 en que se fundó la, por entonces, Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales, entidad en la que la licenciatura en Periodismo junto con las de las Ciencias Políticas, Ciencias Sociales y Ciencias Diplomáticas se proponía formar profesionales preparados para contribuir al desarrollo nacional. La primera Reforma Académica por la que pasó la Escuela y, en consecuencia la licenciatura en Periodismo, no afectó la tendencia profesional del egresado, aunque dotó a la licenciatura de una mejor formación interdisciplinaria y de un rango de mayor científicidad social al futuro licenciado en Periodismo. En 1967 se produjo la segunda reforma académica, se plasmaron las crecientes necesidades de mayor especialización profesional y de una intensificación en las tareas de investigación teórica y técnica aplicadas a la docencia. Preservando y profundizando la formación básica interdisciplinaria y de científico social, el egresado en periodismo salía con el título en Ciencias de la Información pues la denominación de la licenciatura sufrió un cambio. Una nueva reforma académica se llevó a cabo durante 1970-71. Para la licenciatura, tuvo algunos efectos importantes: primero, se construyeron los talleres y seminarios de trabajos prácticos tendientes a complementar eficazmente la formación teórico-crítica; luego, se definieron con mayor claridad los criterios de división de áreas académicas y se marcaron más las opciones terminales de la licenciatura, diferenciándose los campos de desarrollo profesional, la carrera pasó a denominarse entonces Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva. Por último, en 1976 se produce la 4ta. reforma académica en la que se redefinen las áreas académicas del plan de estudios. Se formulan nuevos programas por materias buscando una mayor coherencia en el proceso enseñanza-aprendizaje, se insiste en la necesidad de la formación científica de los egresados, esta vez, orientadas al cambio social y al mismo tiempo dotadas de una base teórica, técnica y metodológica que les permita la eficiencia profesional requerida en los medios laborales y demandada por la sociedad. Desde 1976, el licenciado en Ciencias de la Comunicación tiene una preparación crítica, científica y técnica amplia y permanentemente actualizada. Cabe anotarse que desde aquel año se han pro

ducido varios reajustes en los programas de estudios y se encuentran en formu lación algunos proyectos de revitalización general del Plan de Estudios". (FELAFACS 84).

### 3.- CARECTERISTICAS:

La UNAM es una institución de carácter público, financiada por ayudas estatales y por la contribución de los alumnos. Ofrece la licenciatura y la amestría en Ciencias de la Comunicación.

En 1984 son 2042 los matriculados en la carrera. el Departamento de Ciencias de la Comunicación depende de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Cuenta con centro de investigación y Documentación (FELAFACS 84).

### 4.- OBJETIVOS GENERALES:

"El alumno será capaz de:

- 1) Evaluar críticamente las teorías, los métodos y las técnicas con el fin de coadyuvar al desarrollo de las ciencias de la comunicación.
- 2) Explicar científicamente los procesos de la comunicación colectiva en cuanto a su origen, estructura y cambio.
- 3) Evaluar críticamente instituciones públicas y privadas en materia de comunica ción colectiva.
- 4) Utilizar los medios de comunicación coelctiva para informar y, en su caso, - coadyuvar a la solución de problemas sociales.
- 5) Promover la difusión y aplicación del conocimiento para el bienestar social" (Libro: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. UNAM, México, 1976. p.21).

### 5.- PERFIL DEL PROFESIONAL.

"La Formación del profesional en Ciencias de la comunicación lo capacitara para ser un analista social de los procesos de la comunicación en la medida en que podrá comprender y criticar de manera sistemática y permanente los procesos sociales y las teorías de la comunicación. Esta capacidad de análisis le permitirá explicar la estructura y la dinámica de cambio en los procesos sociales, las emi siones, contenidos y efectos de los mensajes colectivos. Para que la formación de este profesional logre su plena consistencia, es necesario que los estudios - comprendan tres áreas básicas: la teoría, la metodología y la técnica.

Así mismo, el aprendizaje integral de las tre áreas proporcionará al estudioso de esta disciplina un acervo tal de conocimeinto que le facilitará la crítica y evaluación de los fenómenos sociales. Esta condición hará que el profesional en Ciencias de la Comunicación pueda optar por desenvolverse en el campo de la infor mación, de la opinión, o de la investigación. Tanto en su función de investigador como en la de informador comentarista y crítico social, podrá proporcionar solu- ciones viables a los problemas de la comunicación en la esfera de la educación, de la ciencia y de la cultura cotidiana. La labor de esta especialidad deberá es tar también, encaminada a la difusión del conocimeinto y de los avances de su pro pia disciplina, a través de los medios adecuados para promover la concientización de los distintos auditorios con el fin de coadyuvar al cambio social. Para ello, es necesario que el profesional este interesado en la permanente actualización de sus conocimientos y en la evolución de su disciplina.

En su quehacer profesional de estudioso de la comunicación, habrá que considerar en todo momento la interconexión de su objeto de estudio con las ciencias sociales extendidas desde un enfoque interdisciplinario. (Libro: Facultad de Cs. Políticas y Sociales Lic. en Cs. de la Com. UNAM, México 1976. p.21 y 22) ARCHIVO CONEICC)



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA

# FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

CIUDAD UNIVERSITARIA

MEXICO D. F. Código Postal 04510

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION

- 2 -

e) Promover la difusión y aplicación del conocimiento para el bienestar social.

4. Fecha de creación:

1941

5. Areas de especialización:

Comunicación escrita

Producción Audiovisual

Investigación científica de la comunicación:

6. Plan de estudios por semestre:

## PRIMER SEMESTRE

No. de Créditos	Materias
08	Historia Mundial Económica y Social I
08	Formación Social Mexicana I
08	Teoría Social I
10	Taller de Investigación y Redacción
08	Economía Política I
<u>42</u>	

## SEGUNDO SEMESTRE

08	Historia Mundial Económica y Social II
08	Formación Social Mexicana II
08	Teoría Social II
08	Metodología I
08	Economía Política II

# . . . .



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA

# FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

CIUDAD UNIVERSITARIA

MEXICO MX D. F. Código Postal 04510

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION

- 3 -

## TERCER SEMESTRE

No. de Créditos	Materias
08	Historia Mundial Económica y Social III
08	Formación Social Mexicana III
08	Teoría Social III
08	Metodología II
08	Economía Política III
<hr style="width: 50px; margin-left: 0;"/> 40	

## CUARTO SEMESTRE

08	Teorías de la Comunicación y la Información
08	Introducción a la Lingüística
08	Psicología Social
08	Desarrollo, Régimen y Estructura de los Medios de Comunicación Colectiva en México I
08	Géneros Periodísticos Informativos
<hr style="width: 50px; margin-left: 0;"/> 40	(nota informativa, crónica noticiosa y entrevista)

## QUINTO SEMESTRE

08	Teorías de los Medios de Comunicación Colectiva
08	Lenguaje y Sociedad
08	Sociología de la Comunicación Colectiva
08	Desarrollo, Régimen y Estructura de los Medios de Comunicación Colectiva en México II
08	Géneros Periodísticos Interpretativos
<hr style="width: 50px; margin-left: 0;"/> 40	(reportaje)



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA

# FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

CIUDAD UNIVERSITARIA

MEXICO D. F. Código Postal 04510

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION

- 4 -

## SEXTO SEMESTRE

No. de Créditos	Materia
08	Técnicas de Información por Cine
08	Técnicas de Información por Radio y Televisión
08	Psicología de la Comunicación Colectiva
08	Introducción al Estudio de la Opinión Pública
<u>08</u>	Géneros Periodísticos de Opinión (edito- rial, artículo de fondo y comentario)
40	

## SEPTIMO SEMESTRE

08	Optativa *
08	Optativa
08	Optativa
08	Optativa
<u>08</u>	Optativa
40	

## OCTAVO SEMESTRE

08	Optativa
08	Optativa
08	Optativa
08	Optativa
<u>08</u>	Optativa
40	

TOTAL DE CREDITOS CARRERA: 322

\* Se recomienda a los alumnos que cursen las materias optati-  
vas de acuerdo a sus intereses intelectuales y profesiona-  
les. Con este fin, se les sugiere que acudan a los departa-  
mentos de especialidad para que se les asesore en la selec-  
ción de dichas asignaturas.





UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVENIMA

# FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

CIUDAD UNIVERSITARIA

MEXICO D. F. Código Postal 04510

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION

- 5 -

7. Títulos que otorga:

Licenciatura

8. Número de profesores:

140, 20 de tiempo completo, 10 de medio tiempo y  
110 de asignatura.

9. Valor de la matrícula por semestre:

\$ 200.00 anuales  
3.00 dólares anuales

10. Número de egresados:

En este momento estamos en espera de la información  
correspondiente que proporciona el Departamento de  
Servicios Escolares de esta Facultad.

Esperando que esta información le sea útil, agradezco  
de antemano su atención.

A t e n t a m e n t e  
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"  
Cd. Universitaria, D.F., a 26 de octubre de 1982.

*Javier Arévalo Zamudio*  
Prof. Javier Arévalo Zamudio,  
Jefe de la Unidad Académica del  
Departamento.

1. DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC,  
Decano: Víctor Benavides Pañeda.  
Domicilio: Rincón de los Ahuehuetes No. 1988.  
Ciudad: Guadalajara. Estado: Jalisco.  
C. Postal: 45050.  
Teléfono: (36) 325622 y 227046.  
Nivel: Universitario.  
Carácter: Privada.  
Requisitos: Trabajo final. Examen final.  
Duración: 3.5 años, Fundación 1962.

Datos al año 1984:	No. de Egresados:	294
	No. de Profesores:	27
	No. de Matriculados:	346

Recursos: Físicos: BiGen, CenDoc.  
Técnicos: LabFot, EstTV, EstGra.

2. ANTECEDENTES:

"1960 Escuela de Periodismo, luego deriva a la Carrera de Ciencias y Técnicas de la Comunicación,  
La Universidad cambió varias veces de nombre en ese lapso (Instituto Pío XII, Instituto del Valle de Atemajac),  
Al cambiar a Escuela de Comunicación, el objetivo es formar profesionales capaces de investigar y planear el fenómeno de la comunicación utilizando los medios de comunicación social". (Encuesta FELAFACS).

3. CARACTERISTICAS:

La Escuela de Ciencias y Técnicas de la Comunicación se ubica dentro de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad del Valle de Atemajac. Es una institución de carácter privada y, cuenta con un número de 346 alumnos matriculados en 1984. La duración de la carrera es de 3 años y la carrera se divide en cuatrimestres. El número total de egresados de la facultad hasta 1984 es de 294; cuenta con un centro de documentación propio. (Encuesta FELAFACS, 1984).

4. OBJETIVO:

"Formar hombres con capacidad para analizar, investigar y aplicar habilidades y conocimientos adquiridos. Esto se logra a través del conocimiento y manejo profesional de los diferentes medios de comunicación visuales, auditivos y otros". (Folleto de la Carrera de Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la UNIVA, sin fecha, Archivo CONEICC).

5. PERFIL DE LA CARRERA:

"Está enfocada al conocimiento y aplicación de las diversas formas de comunicación humana a través de los diversos símbolos, medios y técnicas para el envío de mensajes. Su misión es la de impulsar y procesar las redes de comunica-

ción masivas especialmente por los medios de difusión". (Folleto sobre la Carrera, UNIVA, sin fecha, Archivo CONEICC).

6. PERFIL DEL EGRESADO:

Entendemos por "Perfil del Egresado de CTC" las características que especifican la personalidad científica, humana, social y técnica del estudiante de CTC que ha cursado satisfactoriamente los nueve cuatrimestres requeridos para obtener el grado de Lic. en Ciencias y Técnicas de la Comunicación y que le acreditan como el producto terminal de un proceso educativo.

El "perfil", por tanto, es ante todo un modo de ser que se manifiesta en conductas específicas que podrían clasificarse en:

- a) Valores-actitudes.
- b) Conocimientos.
- c) Habilidades.

(Docto. "PERFIL DEL EGRESADO DE CIENCIAS Y TECNICAS DE LA COMUNICACION". sin fecha. Archivo CONEICC).

7. CAMPO DE TRABAJO:

"Medios de comunicación masiva: cine, T.V., radio y prensa; centros de producción audiovisual; agencias de publicidad; diseño de publicaciones; asesoría comunicacional; organización de eventos; elaboración de folletos y posters; fotografía; turismo; relaciones públicas". (Archivo CONEICC).

## Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación

### NATURALEZA DE LA CARRERA:

Está enfocada al conocimiento y aplicación de las diversas formas de comunicación humana, a través de los diversos símbolos, medios y técnicas para el envío de mensajes. Su misión es la de impulsar y procesar las redes de comunicación masivas especialmente por los medios de difusión.

### OBJETIVO DE LA CARRERA:

Formar hombres con capacidad para analizar, investigar y aplicar habilidades y conocimientos adquiridos. Esto se logra a través del conocimiento y manejo profesional de los diferentes medios de comunicación visuales, auditivos y otros.

### CARACTERÍSTICAS DEL ASPIRANTE:

Interés en los fenómenos de comunicación humana, tanto individuales como masivos y de conocer y desarrollar habilidades y técnicas de diversa índole en el pro del manejo adecuado de la información con fines comunicacionales (publicidad, televisión, radio, fotografía, etc.).

## Plan de Estudios

<b>PRIMER CUATRIMESTRE:</b>	Introducción a la Filosofía. Introducción a la Sociología. Introducción a los Medios de Difusión. Redacción y Estilística. Laboratorio de Expresión Oral.
<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE:</b>	Teoría del Conocimiento Científico. Técnicas de Investigación Social. Teoría de la Comunicación. Historia de la Estética. Derecho.
<b>TERCER CUATRIMESTRE:</b>	Introducción a la Economía. Artes Gráficas. Opinión Pública. Antropología Filológica. Psicología Social. Probabilidad y Estadística.
<b>CUARTO CUATRIMESTRE:</b>	Historia de la Cultura. Legislación de los Medios de Difusión. Laboratorio de Fotografía Fija. Filosofía del Lenguaje y Semiótica. Sociología de la Comunicación. Lógica Matemática.
<b>QUINTO CUATRIMESTRE:</b>	Organismos Internacionales. Introducción a la Administración. Investigación de la Comunicación. Introducción a Relaciones Públicas. Educación Visual. Comunicación Interpersonal.
<b>SEXTO CUATRIMESTRE:</b>	Periodismo I. Radio y Televisión. Publicidad I. Psicología de la Comunicación I. Relaciones Públicas I.
<b>SEPTIMO CUATRIMESTRE:</b>	Laboratorio de Periodismo I. Comunicación Lingüística. Comunicación y Literatura. Elementos de Mercadotecnia. Finanzas Comparadas. Periodismo Radiofónico.
<b>OCTAVO CUATRIMESTRE:</b>	Curso de Composición Avanzada. Programación y Gulonismo. Cine. Oficinas de Prensa. Periodismo Interpretativo. Publicidad II. Historia de México Contemporáneo.
<b>NOVENO CUATRIMESTRE:</b>	Diseño Gráfico. Publicidad III. Procesamiento Electrónico de Datos. Problemas Contemporáneos. Ética de la Comunicación. Relaciones Públicas II. Seminario de Opción Terminal.

## Requisitos de Admisión

- 1.- Acta de Nacimiento: original y dos copias.
- 2.- Certificado de Secundaria: original y dos copias.
- 3.- Certificado de Preparatoria: original y dos copias.
- 4.- Carta de buena conducta.
- 5.- Fotografías (a color): 8 tamaño infantil y 4 tamaño credencial.
- 6.- Certificado de buena salud, expedido por médico, mente facultado.
- 7.- Entrevista y aprobación del Jefe de Carrera.
- 8.- Llenar formas indicadas de Primer Ingreso.
- 9.- Presentar examen psicopedagógico.
- 10.- Presentar examen de admisión.
- 11.- Presentar examen de conocimientos para la carrera consistente en matemáticas, física, cultura (Historia de México, Literatura de México, española e iberoamericana, Geografía de México y Educativa; *todo a nivel preparatoria*).
- 12.- Firmar carta de compromiso con el Icrean UAF, respeto a sus reglamentos.
- 13.- Cubrir las cuotas correspondientes.

### "SABER MAS PARA SER MAS"

es el tema que nos resume y refleja el perfil de la UNIVA de sus metas: la valoración de la persona como tal, la necesidad de conocimientos aplicables y la oportunidad de la realización a través del servicio a los demás.

CCC  
AI  
0090

UNIVERSIDAD DE MONTERREY.

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES

DEPTO. DE CIENCIAS DE LA INFORMACION Y DE LA COMUNICACION

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Alejandra Flores  
Dirección: Gonzalitos No. 300 Sur.  
Ciudad: Monterrey Estado: Nuevo León.  
C. Postal: 64000  
Teléfonos: 83462677, 83485344.  
Fundada el año: 1971  
Nivel: Universitario  
Carácter: Privada  
Requisitos: Trabajo final, Examen final, Trabajo práctico.  
Duración: 4 años  
Títulos: LCsin, LCsInC.  
Datos al año 1985: No. de egresados 376  
No. de profesores 15  
No. de matriculados 134  
Recursos Físicos: BiGen, CenDoc.  
Técnicos: LabFot, SalPro, EstTV, EstGra.

2.- ANTECEDENTES.

La carrera nació en 1971 en el seno del Departamento de Letras y con tendencia y orientación muy marcadas en letras, lingüística, semiótica y teoría de la información.

La carrera tenía acentuaciones en letras, periodismo, publicidad y relaciones públicas.

En 1977, cambia al reducirse la cantidad de cursos de acentuación: letras, publicidad, relaciones públicas e investigaciones de opinión.

En 1978 se eliminó la acentuación de letras, quedando periodismo, publicidad, relaciones públicas, investigaciones de opinión y medios.

En 1979 se cambió el nombre de la acentuación en relaciones públicas a comunicación organizacional.

En agosto de 1983 se hace un cambio de plan de estudios y del nombre de la carrera: Lic. en Ciencias de la Información y Comunicación. Desaparecen las acentuaciones y surge una carrera única que las comprende a todas.

El departamento asume la mayor parte de los cursos que imparten, y se modifican nombres, contenidos de cursos y orientación de la carrera, además de la orientación pedagógica". (Encuesta FELAFACS 1984).

3.- CARACTERISTICAS:

El departamento de Ciencias de la Información y Comunicación depende de la División de Ciencias Sociales y a su vez de la vicerrectoría académica. Es una institución de carácter privada y el número de alumnos matriculados en 1984 fue de 134. El número de egresados de la facultad es de 376 y el número de graduados es de 281. La facultad cuenta con un Centro propio de documentación. Para obtener la Lic. en Ciencias de la Información y Comunicación es necesario realizar un trabajo final, examen final y trabajo práctico. (Encuesta FELAFACS 1984).



"Para la recepción profesional, una vez que se han cursado y aprobado los 160 créditos mínimos y cubriendo los requisitos profesionales académicos, el alumno podrá optar por una de las siguientes formas de evaluación final de sus estudios

- a) trabajo final y examen de recepción profesional.
  - b) cursos en opción a título y examen de recepción profesional.
  - c) examen general de conocimientos y examen de recepción profesional.
  - d) terminación del currículum o plan de estudios con calificación registrada en el kardex de excelencia académica y examen de recepción profesional"
- (Plan de estudios pág. 7 y 8 sin fecha - Archivo CONEICC).

#### 4.- OBJETIVOS:

"A través del plan de estudios se pretende que el estudiante:

- 1) Desarrolle competencias comunicativas tanto a nivel funcional como internacional, para que sea capaz de crear situaciones de comunicación, dirigir los procesos comunicativos e influir sobre ellos.
- 2) Defina procesos y situaciones sociales como problemas comunicativos, aplicando las teorías y métodos de las ciencias de la Comunicación; que busque soluciones y seleccione entre ellas la más adecuada para dichos problemas.
- 3) Ubique los fenómenos comunicativos dentro del sistema complejo de la comunicación, tanto no mediata como tecnificada.
- 4) Determine las características de la cultura mexicana como sistema de información y comunicación, sobre la base de las teorías al respecto".

(Folleto sobre la carrera, U. de Monterrey, sin fecha - Archivo CONEICC).

#### 5.- PERFIL DE LA CARRERA.

"Es una carrera que estudia y comprende el proceso social básico que es la interacción humana. El profesionista en Ciencias de la Información y Comunicación es un experto en el conocimiento de los 3 distintos lenguajes que el hombre utiliza para comunicarse, esto es, los códigos, y sus posibilidades de interpretación y producción. Además, su entrenamiento le permite hacer un uso adecuado de los medios de comunicación disponibles, sean estos medios tecnificados o no. A través de modernos métodos de enseñanza/aprendizaje orientados a conseguir una participación activa del estudiante en el proceso, se busca formar profesionistas sensibles a las necesidades de nuestra particular cultura y capacitados para aportar soluciones innovadoras que promuevan el desarrollo integral de la sociedad".

(Folleto sobre la carrera. U. de Monterrey, sin fecha - Archivo CONEICC).

#### 6.- PERFIL DEL EGRESADO.

"Al terminar la carrera, el profesionista en Ciencias de la Información y Comunicación será capaz de:

- 1) Crear, manejar e interpretar mensajes con efectividad, utilizando los medios de comunicación adecuados.
- 2) Planear y ejecutar proyectos de comunicación.
- 3) Analizar y evaluar los procesos de comunicación y sus repercusiones.
- 4) Diagnosticar problemas de comunicación y plantear soluciones acordes con las necesidades sociales de México".

(folleto sobre la carrera, U. de Monterrey, s/fecha - Archivo CONEICC).

7.- CAMPO DE TRABAJO.

"El Lic. en Ciencias de la Información y Comunicación puede trabajar:

- 1) Para los medios de comunicación masiva como periódicos, revistas, radiodifusoras, canales de televisión, y estudios cinematográficos.
- 2) En organizaciones privadas y públicas, agencias de publicidad, casas editoriales: en los departamentos de relaciones públicas de comunicación interna y externa y centros de información.
- 3) Como profesionista independiente: ofreciendo asesoría a organizaciones privadas y públicas, en la producción de programas de comunicación"

(Folleto sobre la carrera, U. de Monterrey, sin fecha. - Archivo CONEICC).

8.- CARACTERISTICAS DEL ASPIRANTE:

Hábito de lectura.

Habilidad para expresarse oralmente y por escrito.

Buena ortografía

Facilidad para ordenar, sintetizar y analizar ideas propias y ajenas.

Disposición para la rectificación permanente del conocimiento a través de la crítica y autocrítica.

(Archivo CONEICC).

# SEMESTRES

	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>TEORICO</b>		SEMIOTICA				TEORIAS DE LA COMUNICACION COLECTIVA		
		SEMIOTICA VISUAL	LENGUAJES DE LA COMUNICACION			LABORATORIO DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION COLECTIVA		TAXONOMIA DEL CONCEPTO DE LA COMUNICACION
	HISTORIA DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION	LABORATORIO DE SEMIOTICA PERIODISTICA	COMUNICACION Y LINGUISTICA	SISTEMAS DE INFORMACION Y COMUNICACION	COMUNICACION PERSUASIVA	TEORIAS DE LA COMUNICACION NO-MEDIATA		TAXONOMIA DEL CONCEPTO DE INFORMACION
		PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION MASIVA	PRAGMATICA DE LA COMUNICACION			LAB. DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION NO-MEDIATA		
		COMUNICACION INTRAPERSONAL	TEORIAS DEL APRENDIZAJE					
		PSICOLOGIA SOCIAL						

	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>HISTORICO</b>	HISTORIA DE LA COMUNICACION COLECTIVA							
	SEMINARIO DE RADIO	HISTORIA CULTURAL DE LA COMUNICACION			LA POLITICA COMO SISTEMA DE COMUNICACION E INFORMACION		OPINION PUBLICA	
	SEMINARIO DE TEATRO, CINE Y T.V.	HISTORIA NATURAL DE LA COMUNICACION			LEGISLACION DE LA COMUNICACION		LABORATORIO DE INVESTIGACION DE OPINION PUBLICA	
	SEMINARIO DE LIBRO DE PERIODISMO							

	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Comunicación Organizacional</b>	LABORATORIO DE ANALISIS DE LA CONVERSACION			COMUNICACION ORGANIZACIONAL		LABORATORIO DE PUBLICIDAD		LAB. DE TECNICAS DE SOLUCION DE CONFLICTOS (OPTATIVA)
				LAB. DE PROCESOS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE ORGANIZADOS			MERCADOTECNIA	

	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Métodos Cuantitativos</b>			ESTADISTICA I	ESTADISTICA II	DEMOSCOPIA			

	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Laboratorios Prácticos</b>			LABORATORIO DE PERIODISMO NOTICIOSO	LABORATORIO DE PERIODISMO DE OPINION	LABORATORIO DE PERIODISMO RADIOFONICO	LAB. DE GUIONES LITERARIOS PARA RADIO	LABORATORIO DE PERIODISMO TELEVISIVO	LAB. DE GUIONES LITERARIOS PARA CINE Y TELEVISION
	ORTOGRAFIA	SINTAXIS	LABORATORIO DE COMUNICACION ORAL I	LABORATORIO DE COMUNICACION ORAL II	ENTREVISTAS Y DISCUSIONES PARA RADIO Y T.V.	LAB. DE COMENTARIO Y PARA RADIO Y T.V.		
			PRODUCCION DE COMUNICACION GRAFICA	LABORATORIO DE PRODUCCION FOTOGRAFICA	LABORATORIO DE PRODUCCION AUDIOVISUAL	LABORATORIO DE PRODUCCION DE CINE MUDO	LABORATORIO DE PRODUCCION TELEVISION	LABORATORIO DE PRODUCCION DE CINE SONORO

1. DATOS GENERALES:

Asociaa a: CONEICC  
Decano: RAUL FUENTES NAVARRO,  
Domicilio: Fuego No. 1031, Jardines del Bosque C.P. 44520.  
Ciudad: Guadalajara, Estado: Jalisco,  
Teléfono: (36) 310297 y 311353 Exts. 127 y 131.  
Nivel: Universitario,  
Carácter: Privada,  
Requisitos: Trabajo final, Examen final,  
Duración: 4.0 años, Fundación 1967.  
Datos al año 1985:  
No. de Egresados: 586  
No. de Profesores: 42  
No. de Matriculados: 240  
Recursos: Físicos: BiGen, BiEsp, CenDoc.  
Técnicos: LabFot, SalPro, EstTV, EstGra.

2. ANTECEDENTES:

La Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO se fundó en 1967 y no ha tenido cambios de adscripción institucional, Obtuvo reconocimiento de validez oficial de la S.E.P. en 1975, En ese mismo año la carrera se redujo a 8 semestres (era de 10) y se incluyó la tesis profesional como requisito de titulación. Hasta 1977 el objetivo se orientaba prioritariamente a una formación profesional para medios masivos: "Impulsar la fuerza de transformación social de los medios de comunicación mediante la capacitación del alumno para que los conozca, valore y actúe creativamente a través de ellos, El Plan de Estudios actual surgió de la revisión de 1980. (Encuesta FELAFACS 1984).

3. CARACTERISTICAS:

El ITESO es una institución de carácter privado y el número total de estudiantes inscritos en 1984 fue de aproximadamente 2300. La Escuela de Ciencias de la Comunicación conó en ese año con 236 estudiantes y hasta esa fecha con 477 egresados, 175 de los cuales cuentan con título, La Escuela otorga el grado de Lic. en Ciencias de la Comunicación y para obtenerlo se requiere realizar tesis y examen profesional. La Escuela cuenta con laboratorios de TV, radio, AM, Fotografía, Sala de redacción y equipo de cine, Además dispone de una biblioteca especializada en Comunicación y de un Centro de Documentación propios, (Encuesta FELAFACS 1984).

4. OBJETIVOS:

"El objetivo de la Escuela es suscitar una conversión valoral en sus miembros a través de una formación integral que los capacite para conocer e integrar científicamente las teorías y las técnicas de la comunicación, para analizar críticamente los fenómenos comunicativos y para diseñar y producir creativamente procesos de comunicación ubicándolos en el entorno socio-cultural en el que se dan, con el fin de que participen como profesionales de la comunicación en la transformación de las estructuras sociales en conçordancia con los valores que inspiran las orientaciones fundamentales del ITESO. (Encuesta FELAFACS 1984).

1

2

3

4

5

6

7

8

INTRODUCCION A LA UNIVER- SIDAD Y C.C.	TEORIA DE LA COMUNICACION I.	TEORIA DE LA COMUNICACION II.	TEORIA DE LA COMUNICACION III.	INVESTIGACION DE LA COMUNI- CACION I.	INVESTIGACION DE LA COMUNI- CACION II.	TALLER DE INTEGRACION 1.	TALLER DE INTEGRACION II.
COMUNICACION PERSONAL I.	COMUNICACION PERSONAL II.	COMUNICACION PERSONAL III.	COMUNICACION PERSONAL IV.	COMUNICACION EDUCATIVA.	OPTATIVA I OPTATIVA II Líneas:	OPTATIVA III Líneas.	OPTATIVA V Líneas.
COMUNICACION CULTURAL I.	COMUNICACION CULTURAL II	COMUNICACION CULTURAL III	COMUNICACION CULTURAL IV.	COMUNICACION POLITICA.	C.Educativa. C.Política. C.Popular. C.Organizacio nal.	OPTATIVA IV. Medios.	SEMINARIO DE TESIS.
FILOSOFIA I.	FILOSOFIA II.	FILOSOFIA III	FILOSOFIA IV.	COMUNICACION POPULAR.	Teoría Com.		
LINGÜÍSTICA I.	LINGÜÍSTICA II.	SEMIOTICA I.	SEMIOTICA II.	COMUNICACION ORGANIZACION- NAL.	COMUNICACION Y PLANEACION.		
MEDIOS I. Periodismo. Fotografía.	MEDIOS II. Fotografía Periodismo.	MEDIOS III. Radio. Audiovisuales	MEDIOS IV. Audiovisuales Radio.	MEDIOS V. Televisión Cine.	MEDIOS VI. Cine. Televisión.		
PRODUCCION DE MEDIOS I. Periodismo Fotografía.	PRODUCCION DE MEDIOS II. Fotografía Periodismo.	PRODUCCION DE MEDIOS III. Radio. Audiovisuales	PRODUCCION DE MEDIOS IV. Audiovisuales Radio.	PRODUCCION DE MEDIOS V. Televisión Cine.	PRODUCCION DE MEDIOS VI. Cine. Televisión.		
COMUNICACION VISUAL I.	COMUNICACION VISUAL II.	ESTADISTICAS I.	ESTADISTICAS II.				



UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA  
ESCUELA DE COMUNICACION Y RELACIONES PUBLICAS

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Yolanda Marín  
Dirección: Gabriel Mancera No. 1402 Esq. San Lorenzo , Col. Valle.  
Ciudad: México, D.F. Estado: Distrito Federal.  
C. Postal 3100  
Teléfono: 55750411 Ext. 16  
Fundada el año: 1976  
Nivel: Universitario  
Carácter: Privada  
Requisitos: Trabajo final, Examen Final, Otros.  
Datos al año 1985.  
No. de egresados: 126  
No. de profesores: 38  
No. de matriculados: 310  
Duración: 4 años  
Títulos: LCRPC  
Recursos: Físicos: BiGen.  
Técnicos: LabFot, EstTV, EstGra.

2.- ANTECEDENTES:

"La escuela se funda en agosto 26 de 1976. Se incorpora a la Secretaría de Educación Pública el 2 de septiembre de 1981 y se modifica en nombres y claves el programa de estudios"  
(FELAFACS 840)

3.- CARACTERISTICAS:

La U. Latinoamericana es de caracter privado. Ofrece la licenciatura en Comunicación y Relaciones Públicas. Es escuela independiente.

4.- OBJETIVOS:

"La licenciatura en Comunicación y Relaciones Públicas ha sido creada con la finalidad de formar un profesional especializado en esa area, que cuenta con los conocimientos y herramientas necesarias para manejar y resolver la problemática concreta de dicho campo". (Archivo CONEICC).

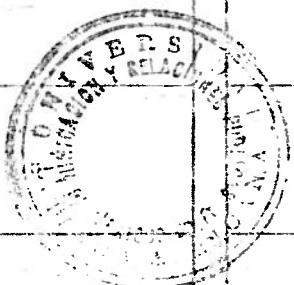
5.- CAMPO DE TRABAJO.

"La formación de un profesional en el area de Comunicación y Relaciones Públicas, se origina a partir de necesidades tales como:  
Necesidades de Difusión, necesidades de Sensibilización, de Selección de Medios y Mensajes, de Captación de Información.

Algunos de los organismos en los que surgen necesidades como las que hemos mencionado y, que por ende constituyen el campo de trabajo del relacionista son - entre otros:

Empresas privadas, industriales, financieras y comerciales; Organizaciones de servicio público; Agencias de publicidad; Medios de Información, prensa, radio, cine, y Televisión; Industria editorial; Instituciones educativas; Asociaciones gremiales, culturales, religiosas, etc.; Agencias especializadas de consultoría de Relaciones Públicas. (Archivo CONEICC).

AREA		HISTORICO SOCIAL	EXPRESION	METODOLOGICA	COMUNICACION
SEMESTRE	1°	NS II FORMACION SOCIAL MEXICANA I 4/0 8	EX II EXPRESION ORAL Y ESCRITA 2/2 8	MI II METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION I 4/0 8	INTRODUCCION A LA COMUNICACION SOCIAL 4/0 8
	2°	HS 22 FORMACION SOCIAL MEXICANA II 4/0 8	EX 22 TALLER DE ESTILISTICA 2/2 8	MI 22 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION II 4/0 8	SOCIOLOGIA Y COMUNICACION COLECTIVA 4/0 8
	3°	HS 33 HISTORIA DEL PERIODISMO 4/0 8		MI 33 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION III 4/0 8	COMUNICACION GRAFICA 4/2 8
	4°		EX 43 EXPRESION PERIODISTICA 4/4 12	MI 44 INVESTIGACION PERIODISTICA 4/0 8	PROPAGANDA Y COMUNICACION SOCIAL 2/2 8
	5°				
	6°				
	7°				SEMINAR DE INVESTIGACION Y COMUNICACION 4/4 8
	8°				
TOTAL DE MATERIAS		3	3	4	
TOTAL DE CREDITOS		24	24	32	
% DE MATERIAS		7.8	7.8	10.5	







UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACION.  
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

CCC  
AI  
0090

1.- DATOS GENERALES:

Decano: Renato Sobreviñas.  
Dirección: Santa Catarina Martir A.P. 100  
Ciudad: Puebla  
Estado: Puebla  
C. Postal: 72820  
Teléfono: (22) 47000  
Títulos: LCsC  
Nivel: Universitario  
Carácter: Privada  
Requisitos: Trabajo final, Examen final.  
Duración: 4.5 años  
Fundada: 1983  
Datos al año 1984: No. de egresados 0  
No. de profesores 4  
No. de matriculados 110  
Asociación: CONEICC

2.- ANTECEDENTES:

Con la actual crisis editora, México sufre penuria de comunicaciones: el país entero tiene un poco más de 500 librerías que representan menos de las que hay en la Ciudad de Madrid. Por lo que mira a periodismo industrial o técnicos no parecen existir en México más de 2 docenas de publicaciones.

Todo esto es clara expresión de la necesidad de formar profesionales en el terreno de la Comunicación y del periodismo.

En los países industrializados, los servicios relacionados con el área entera de Comunicación (desde los transportes hasta la comunicación espacial, incluyendo telefonía, etc.), representan más del 50% del sector terciario de la economía. La tendencia de crecimiento en México es positiva y muy acelerada: las comunicaciones son realmente el núcleo de servicios del futuro de la humanidad.

En el área limitada, pero de grandes proyectos, como es toda la administración de la información y la producción y contenido de radio, televisión y periodismo, la Universidad de las Américas abre la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en agosto de 1983".  
(Encuesta FELAFACS 1984).

3.- CARACTERISTICAS:

La facultad de Ciencias de la Comunicación pertenece al departamento de Filosofía y Letras, Escuela de Ciencias sociales y Humanidades, es una institución de carácter privado y el número de alumnos matriculados en 1984 fue de 110. La duración total de la carrera es de 4 años 6 meses y el número de profesores en la facultad es de 4. La facultad dispone de biblioteca especializada en comunicación. El número total de estudiantes inscritos en 1984 en la universidad fue de 4,327.  
(Encuestas FELAFACS 1984).



4.- OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL: "Con el programa de Licenciatura, la Universidad intenta formar profesionales en áreas relevantes de la comunicación humana capaces de utilizar sus técnicas y manejar sus contenidos para la promoción de la persona y de la sociedad en que vivimos. Las áreas en las que se realizarán estos propósitos son:

- a) Periodismo
- b) Comunicación Social en Información (Administración de la información y - publicidad)".

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

"En las diversas áreas de concentración de la carrera: Pensamiento: Hay que formar profesionales competentes que puedan: transmitir, administrar y registrar información de modo objetivo, eficaz y en estricta ética profesional.

SOCIEDAD: Interpretar la realidad socio-cultural del país en la situación actual a través de artículos y reportajes.

COMUNICACION: Utilizar las técnicas básicas de la radiofonía y televisión y en particular la producción y elaboración de mensajes, para mejorar el conocimiento de nuestra situación y tener más oportunidad de mejorar la vida."

(Folleto de la carrera, U. de las Américas, 1983 - Archivo CONEICC).

5.- CAMPO DE TRABAJO:

"En el area limitada, pero de grandes proyectos, como es toda la administración de la información y la producción y contenido de radio, televisión y periodismo, los graduados de la UDLA podrán emplearse en algunos de los renglones de actividad productiva tales como:

- 1) Labor editorial y de publicaciones, incluyendo publicaciones de industria, ciencia y tecnología, donde al presente escasean más que en el area de publicaciones literarias.
- 2) Agencias de publicidad y de distribución de noticias.
- 3) Instituciones relacionadas con radio y televisión (especialmente producción y la elaboración de mensajes.
- 4) Agencias del sector público y privado relacionadas con la difusión y administración de información especialmente a niveles de estados y municipios".

(Folleto sobre la carrera, U. de la Américas, 1983 - Archivo CONEICC).

6.- ESTRUCTURA ACADEMICA.

Para obtener la licenciatura en Ciencias de la Comunicación los candidatos tienen que cursar y aprobar 48 materias con un total de 318 unidades, 31 de ellas (64.5%) en los cursos del Departamento, 8 materias de requisito general de la Universidad y 9 materias de ciencias afines.

-Areas generales de estudio:

\*El Area de teoría aporta conceptos y categorías teóricas.

\*La metodología ofrece los instrumentos para utilizarlos en el estudio de la realidad.

\*El area de análisis es el producto final, mediante un triple proceso:

- 1) información, 2) evaluación y 3) planeación.

(Información folleto sobre la carrera UDLA - 1983 - Archivo CONEICC).

UDCH

**DESCRIPCION DEL PROGRAMA DE LA LICENCIATURA EN  
CIENCIAS Y TECNICAS DE LA COMUNICACION E INFORMACION**

	<b>SIGLA</b>	<b>CURSO</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>REQUI SITO</b>
<b>Pre-Univ</b>				
	LM 011	Morfosintaxis	8	
	DL 012	Segundo Idioma I	8	
<b>SEMESTRE</b>				
<b>1</b>	MA 013	Introducción a las Matemáticas para Ciencias Sociales	8	
	FI 165	Introducción a la Filosofía	6	
	SO 160	Sociología General	6	
	HI 161	Civilización Occidental: Modernidad	6	
<b>2</b>	DL 126	Segundo Idioma II	8	DL 026
	SO 165	Metodología de las Ciencias Sociales	6	MA 013
	HI 366	Historia de México	6	
	LM 111	Composición Castellana	6	LM 011
	PS 160	Psicología General	6	
	IS 160B	Introducción a la Computación	6	MA 011
<b>3</b>	LM 115	Obras Maestras y Estilos Literarios	6	LM 111
	DL 127	Segundo Idioma III	8	DL 126
	SO 180	Problemas Sociales de México	6	SO 160
	SO 282	Estadística Descriptiva	6	SO 165
	CO 240	Comunicación Interpersonal	6	LM 111
	CO 245	Teorías de la Comunicación I	8	SO 165
<b>4</b>	DL 227	Segundo Idioma IV	8	DL 127
	CO 276	Tecnología de la Comunicación	6	
	SO 230	Población y Ecología	6	SO 160

SEMESTRE	SIGLA	CURSO	UNIDADES	REQUI SITO
	SO 382	Estadística Inductiva	6	
	SO 380	Pensamiento y Cambio Social	6	SO 160
	CO 250	Teoría de la Comunicación II	6	
5	EC 261	Principios de Macroeconomía	6	
	AG 167	Historia del Arte	6	
	CO 350	Teoría de la Comunicación III	6	CO 250
	CO 300	Taller de Composición Lit. I	6	
	CO 383	Métodos de Investigación en Co- municación Social	6	SO 380
	AD 160	Principios de Administración	6	MA 013
6	AG 267	Historia del Arte Mexicano	6	
	PS 363	Psicología Social	6	PS 160
	CO 400	Taller de Composición Lit. II	6	CO 300
	AG 270	Publicidad I	6	
	EC 372	Economía Política	6	
7	CO 318	Información I	6	
	ED 473	Radio y TV en la Educación	6	PS 363
	CO 320	Periodismo I	6	
	FI 272	Pensamiento Mexicano	6	
	CO 322	Radio I	6	
	CO 324	TV I	6	
	CO 330	Taller de Composición: Periodismo Científico	6	
8	AD 260	Principios de Mercadotecnia	6	AD 160
	CO 326	Ética y crítica de las comunicaciones	6	FI 272
	AG 370A	Publicidad II	6	AG 270
	CO 420	Periodismo II	6	CO 320
	CO 424	TV II	6	CO 324
	CO 426	Información II (PROCESAMIENTO)	6	CO 318

	SIGLA	CURSO	UNIDADES	REQUI TO
SEMESTRE				
	CO 422	Radio II	6	CO 322
	CO 425	Derecho de Comunicaciones	6	
	CO 490	Temas de Comunicaciones (PROCESAMIENTO)	6	
9	SO 412	Desviación Social, Criminología y Comunicación	6	
	CO 430	Periodismo III (Prensa Comparada)	6	CO 420
	CO 432	Radio III - Producción	6	CO 422
	CO 434	TV III - Producción	6	CO 424
	CO 436	Información III	6	CO 426
	CO 498	Seminario de Licenciatura	12	CO 490

#### DESCRIPCION DE CURSOS

##### SO 165 METODOLOGIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES:

El método científico: problema, hipótesis, hipótesis refutable y la forma de probar y rechazar. Uso de estadísticas, análisis de contenido, cuestionarios, encuestas, índices y escalas, tablas y gráficas; organización de trabajos y su estilo adecuado.

##### LM 115 OBRAS MAESTRAS Y ESTILOS LITERARIOS:

Estudio panorámico de las mejores obras desde Grecia y Roma hasta nuestros días; interés particular en las literaturas europeas y tareas de práctica de asimilación de estilos principales.

I.T.E.S.M. CAMPUS LEON.  
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

CCC  
AI  
0090

1.-DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Alejandro Ramírez Pedrajo.  
Dirección: Prolongación garza Sada. (S/N) Cerro Gordo.  
Ciudad: León , Estado: Guanajuato.  
C.Postal: 37180  
Teléfono: (471)71000 Ext. 197.  
Fundada el año: 1983  
Nivel: Universitario.  
Caracter: Privada  
Requisitos: Otros.  
Duración: 4 años  
Títulos: LCsC  
Datos al año 1985: No. de egresados 0  
No. de profesores 9  
No. de matriculados 30  
Recursos: Físicos: BiGen, BiEsp, CenDoc.  
Técnicos: EstTV.

2.- ANTECEDENTES:

"De 1982 a 1983 se realiza un estudio de factibilidad de la carrera. Los cursos se inician en Agosto de 1983, con el objeto de dar servicio a nivel gerencial para la comunicación organizacional". (FELAFACS 84/019).

3.- CARACTERISTICAS:

El ITESM-U. León es una institución privada que ofrece la licenciatura en - Ciencias de la Comunicación, dicha carrera está adscrita a la división de Administración, Ciencias Sociales y Humanidades, a través del Departamento de Comunicación. Se financia por contribución de alumnos y por donativos (Patronato-Educación Superior del Bajío, A.C.) Hasta junio de 1984 no cuenta con ningún egresado (FELAFACS 84).

4.- OBJETIVOS:

"Dar servicio a nivel gerencial para la comunicación organizacional" (FELAFACS 84/019).



PRERA: LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

CVE REQUISITO

NOMBRE DE LA MATERIA	CVE-RA	CVE-AD	HC	ML	U	NOMBRE DEL REQUISITO	
<b>SEMESTRE 0</b>							
REDACCION EN ESPAÑOL	H-001	H-001	03-00-0R			NO SE APLICA	
COMP LECT DE TEXTOS EN INGLÉS	H-002	H-002	03-00-0R			NO SE APLICA	
			06-00-16				
<b>SEMESTRE 1</b>							
TEORIA DE LA COMUNICACION I	CO-002	CO-002	03-00-0R			NO SE APLICA	
METODOLOGIA DE LA INV I	CO-019		03-00-0R			NO SE APLICA	
MATEMATICAS PARA LAS CIENC SOC	MA-005	MA-005	03-00-0R			NO SE APLICA	
ADMINISTRACION I	OR-005	OR-005	03-00-0R			NO SE APLICA	
PSICOLOGIA	RH-011	RH-011	03-00-0R			NO SE APLICA	
COMPUTACION PARA LAS CIENC SOC	SI-008	SI-008	03-00-0R			NO SE APLICA	
			1A-00-4R				
<b>SEMESTRE 2</b>							
CONTABILIDAD	CF-022	CF-022	03-00-0R			NO SE APLICA	
TEORIA DE LA COMUNICACION II	CO-003	CO-003	03-00-0R			HABER APROBADO TEORIA DE LA COMUNICACION I	CO-002
ECONOMIA I	FC-001	FC-001	03-00-0R			NO SE APLICA	
ESTADISTICA PARA LAS CIENC SOC	MA-006	MA-006	03-00-0R			HABER APROBADO MATEMATICAS PARA LAS CIENC SOC	MA-005
ADMINISTRACION II	OR-006	OR-006	03-00-0R			HABER APROBADO ADMINISTRACION I	OR-005
SOCIOLOGIA	RH-005	RH-005	03-00-0R			NO SE APLICA	
			1B-00-4R				
<b>SEMESTRE 3</b>							
COMUNICACION GRAFICA	CO-005	CO-005	03-00-0R			NO SE APLICA	
MEDIOS DE COMUNICACION I	CO-011	CO-011	03-00-0R			NO SE APLICA	
METODOLOGIA DE LA INV II	CO-020	CO-020	03-00-0R			HABER APROBADO METODOLOGIA DE LA INV I	CO-019
ESTRUCTURA DE LA LENGUA I	H-030	H-030	03-00-0R			NO SE APLICA	
REDACCION AVANZADA	H-034		03-00-0R			NO SE APLICA	
ADMIN DE RECURSOS HUMANOS I	RH-009	RH-020	03-00-0R			HABER APROBADO ADMINISTRACION II	OR-006
			1B-00-4R				
<b>SEMESTRE 4</b>							
EXPRESION ORAL	CO-009		03-00-0R			NO SE APLICA	
MEDIOS DE COMUNICACION II	CO-012	CO-013	03-00-0R			HABER APROBADO COMUNICACION GRAFICA	CO-005
GUION PARA MEDIOS	CC-021	CO-016	03-00-0R			HABER APROBADO REDACCION AVANZADA	H-034
ANALISIS DEL PENSAM UNIVERSAL	H-018	H-004	03-00-0R			NO SE APLICA	
ESTRUCTURA DE LA LENGUA II	H-031	H-038	03-00-0R			HABER APROBADO ESTRUCTURA DE LA LENGUA I	H-030
MERCADOTECNIA I	MT-010	MT-010	03-00-0R			HABER APROBADO ADMINISTRACION II	OR-006
			1B-00-4R				
<b>SEMESTRE 5</b>							
TEORIA DE LA COMUNICACION III	CO-004	CO-022	03-00-0R			HABER APROBADO TEORIA DE LA COMUNICACION II	CO-003
MEDIOS DE COMUNICACION III	CO-013	CO-014	03-00-0R			HABER APROBADO GUION PARA MEDIOS	CO-021
OPINION PUBLICA	CO-023	CO-023	03-00-0R			NO SE APLICA	
ANALISIS DEL PENSAM MEXICANO	H-019	H-034	03-00-0R			HABER APROBADO ANALISIS DEL PENSAM UNIVERSAL	H-018
ESTRUCTURA DE LA LENGUA III	H-032	H-039	03-00-0R			HABER APROBADO ESTRUCTURA DE LA LENGUA II	H-031
INVESTIGACION DE MERCADOS	MT-011	MT-011	03-00-0R			HABER APROBADO MERCADOTECNIA I	MT-010
			1B-00-4R				

APUNTA: LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

NOMBRE DE LA MATERIA	CVI-95	CVI-80	MC ML '7	NOMBRE DEL REQUISITO	CVI REQUISITO
<b>SEMESTRE 6</b>					
MEDIOS DE COMUNICACION IV	CO-014	CO-041	03-00-08	NO SE APLICA	
MEDIOS DE COMUNICACION V	CO-015	CO-042	03-00-08	NO SE APLICA	
COMUNICACION INTERCULTURAL	CO-049	CO-050	03-00-08	NO SE APLICA	
TOPICOS DE COMUNICACION I	CO-091		03-00-08	HABER APROBADO MEDIOS DE COMUNICACION III HABER APROBADO MEDIOS DE COMUNICACION III	CO-013 CO-013
LITERATURA UNIVERSAL CONTEMP	H-024	H-025	03-00-08	NO SE APLICA	
PUBLICIDAD I	HT-021	HT-021	03-00-08 18-00-48	HABER APROBADO MERCADOTECNIA I	HT-010
<b>SEMESTRE 7</b>					
MEDIOS DE COMUNICACION VI	CO-016	CO-043	03-00-08	HABER APROBADO MEDIOS DE COMUNICACION IV	CO-014
COMUNICACION ORGANIZACIONAL	CO-048	CO-048	03-00-08	NO SE APLICA	
IMAGEN ORGANIZACIONAL	CO-050	CO-050	03-00-08	NO SE APLICA	
PERSUASION Y CAMBIO	CO-048		03-00-08	HABER APROBADO OPINION PUBLICA	CO-023
TOPICOS DE COMUNICACION II	CO-092		03-00-08	NO SE APLICA	
LITERATURA MEXICANA CONTEMP	H-026	H-026	03-00-08 18-00-48	NO SE APLICA	
<b>SEMESTRE 8</b>					
MEDIOS DE COMUNICACION VII	CO-017	CO-044	03-00-08	HABER APROBADO MEDIOS DE COMUNICACION V HABER APROBADO MEDIOS DE COMUNICACION VI	CO-015 CO-016
SEM COMUNICACION ORGANIZACIONAL	CO-049	CO-049	03-00-08	HABER APROBADO COMUNICACION ORGANIZACIONAL	CO-048
SEM IMAGEN ORGANIZACIONAL	CO-051	CO-051	03-00-08	HABER APROBADO IMAGEN ORGANIZACIONAL	CO-050
TOPICOS DE COMUNICACION III	CO-093		03-00-08	NO SE APLICA	
LITERATURA MEXICANA CONTEMP	H-017		03-00-08	NO SE APLICA	
HUMANIDADES I	H-098		03-00-08 18-00-48	NO SE APLICA	
<b>SEMESTRE 9</b>					
MEDIOS DE COMUNICACION VIII	CO-018		03-00-08	NO SE APLICA	
APRECIACION CINEMATOGRAFICA	CO-060		03-00-08	NO SE APLICA	
EDICION DE REVISTAS	CO-086	CO-086	03-00-08	NO SE APLICA	
TOPICOS DE COMUNICACION IV	CO-094		03-00-08	NO SE APLICA	
DESEMPEÑO APLICADO A LA COM	D-065		03-00-08	NO SE APLICA	
HUMANIDADES II	H-099		03-00-08 18-00-48	HABER APROBADO HUMANIDADES I	H-098

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SINALOA.  
Escuela de Ciencias Sociales.  
Coordinación de Ciencias de la Comunicación.

CCC  
AI  
0090

1. DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC,  
Decano: Jorge Figueroa C,  
Domicilio: Av. Ejército Mexicano s/n A.P. 543.  
C. Postal: 82000  
Ciudad: Mazatlán, Estado: Sinaloa,  
Teléfono: 1-32-53  
Nivel: Universitario, No. de Egresados: 80  
Carácter: Pública, No. de Profesores: 15  
No. de Matriculados: 400  
Duración: 5 años.  
Recursos: Físicos: BiGen, Técnicos: LabFot, SalRed, EstTV, EstGra A.M.

2. ANTECEDENTES:

La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación fue creada en 1974 en la Escuela de Ciencias Sociales de la U.A.S. Su estructura académica toma como modelo a la Carrera de Comunicación Colectiva y Periodismo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. (Archivo CONEICC).

3. OBJETIVOS:

Formación de profesionistas para el trabajo científico-investigativo aplicado al estudio de la comunicación humana en sus múltiples dimensiones.

Capacitación de profesionistas en el dominio de la técnica e instrumentos de comunicación para:

- a) promover y difundir los valores culturales de nuestro pueblo y los valores universales, que indentifiquen al hombre como ser genético,
- b) Promover y desarrollar una tecnología alternativa que responda a las necesidades de información de los receptores y emisores en potencia, a partir de una perspectiva global. (Encuesta FELAFACS 1984),

4. CARACTERISTICAS:

La U.A.S. es una institución de carácter público y el total de alumnos inscritos en 1984 fue de 70,000.00. En la Escuela de Ciencias de la Comunicación se matricularon 400 alumnos aproximadamente, la duración total de la carrera es de 5 años y para obtener el grado de Lic. en Ciencias de la Comunicación se requiere realizar una memoria del servicio social donde deben aplicarse los conocimientos de la licenciatura, La Escuela cuenta con un Centro de Investigación, (Encuesta FELAFACS 1984).

## 5. PERFIL DE EGRESADOS:

El profesional en Comunicación es un científico social, con una sólida formación teórico-humanística y capaz de dominar la técnica en la comunicación. Es precisamente en esta dialéctica: humanístico-técnico, donde reside la originalidad y valoración de un profesionista en la comunicación,

Dada la preparación interdisciplinaria que ofrece la carrera en Comunicación, el egresado posee una visión de conjunto de la herencia cultural del hombre y de los fenómenos económicos, políticos y socioculturales que forman su entorno, lo que le permite situarse en el momento histórico actual. Dicha visión de conjunto, contribuye a la sensibilización, objetividad y formación de un espíritu crítico-analítico y creativo, cualidades que el profesionista de la Comunicación debe tener.

Un comunicólogo, sin ser un técnico en el sentido literal de la palabra, es capaz de hacer uso de la técnica como instrumental en la elaboración de sus tareas, que incluyen: la investigación, organización, planeación, producción, realización, difusión de expresión y contenido y evaluación de los mensajes que genera una sociedad, sea cual sea el contexto en que se comunique,

Para que el futuro egresado en Comunicación de la U.A.A. posea las características antes mencionadas el plan de estudios se ha estructurado con duración de 5 años, período a través del cual el alumnos adquirirá una formación teórico-interdisciplinaria, orientada a:

- Concientización de la importancia de las relaciones humanas.
- Obtener un amplio conocimiento de su herencia histórica y cultural.
- La participación en la problemática política, social y económica de México.
- El conocimiento del lenguaje humano y sus orígenes.
- El conocimiento teórico de las diversas corrientes que estudian la comunicación.
- El aprendizaje general de las herramientas técnicas de la Comunicación.
- Introducir al alumno a la investigación en Ciencias Sociales (información obtenida del documento Plan de Estudios (abreviado) sin fecha). Para satisfacer la demanda de la localidad, se complementa el Plan de Estudios con 2 opciones de carrera (ya mencionadas).

## 6. CAMPO DE TRABAJO:

El egresado de la Carrera de Comunicación en Medios Masivos desarrollará en el campo de trabajo las siguientes funciones:

- Investigación.
- Producción de programas en los medios masivos.

- Realización de programas en los medios masivos.
- Evaluación de programas en los medios masivos.
- Dirección de programas en los medios masivos.
- Orientación de la opinión pública,

La Carrera de Comunicación Organizacional ofrece 3 campos diferentes de trabajo de acuerdo a las necesidades reales de la localidad de Aguascalientes:

1. Organizaciones Públicas,

- Trabajo en comunidades rurales,
- Trabajo en pequeñas sociedades y grupos étnicos.
- En el I.N.B.A. y sus dependencias,
- En instituciones de educación superior,
- En dependencias oficiales (S.A.R.H., S.E.P., etc.)
- En organismos paraestatales (BANRURAL, etc.),

2. En organizaciones privadas,

- Trabajo en la industria textil, automotriz, vitivinícola, confección de ropa, etc.
- Trabajo en agencias de publicidad,
- En centros comerciales y bancarios, etc,

3. Trabajo en Consultoría,

- Se puede trabajar en forma independiente sin pertenecer a un organismo determinado,

En general, las funciones a desempeñar por el especialista en esta área son:

- Elaboración de estrategias de comunicación,
- Facilita la información (redacta textos, transmite mensajes),
- Detecta problemas y conflictos en la comunicación,
- Contribuye a las relaciones humanas y públicas,
- Organiza cursos de capacitación y adiestramiento,
- Realiza proyectos y campañas de publicidad y propaganda,
- Elabora sondeos y cuestionarios en investigación, etc. (archivo CONEICC).



3.2 Plan de Estudios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación

<u>Semestre</u>	<u>Clave</u>	<u>Nombre de la Materia</u>	<u>Créditos</u>
PRIMERO	01	Lógica de la Investigación Científica	8
	02	Redacción y Técnicas de Investigación Documental	10
	-		-
	03	Matemáticas	8
	04	Int. a las teorías de la Comunicación	8
	05	Int. a la Economía Política	8
SEGUNDO	06	Método Dialéctico	8
	07	Estadística I	8
	08	Historia Sociocultural de la Com.	8
	09	Materialismo Histórico	8
	10	Economía Política I.	8
TERCERO	11	Metodología de la Invest. Científica	10
	12	Estadística II.	8
	13	Semiótica	8
	14	Redacción I. (Nota Informativa, Crónica	10
	-	Entrevista (Reportaje).	-
	15	Economía Política II.	8
CUARTO	16	Metodología de la Investigación en Comunicación	10
	-		-
	17	Comunicación de Masas e Imperialismo Cultural	8
	-		-
	18	Sociología de la Comunicación	8
	19	Redacción II (Editorial, Artículo de Opinión, Comentario y Crítica).	10
	-		-
	20	América Latina I.	8
QUINTO	21	Análisis de Contenido	8
	22	Psicología de la Comunicación	8
	23	Redacción III. (Corrección de Estilo)	10
	24	América Latina II.	8
	25	Historia Económica y Social Contemporánea	8
SEXTO	26	Opinión Pública y Propaganda	8
	27	Técnicas de Editorial y de Imprenta	10
	28	Periodismo por Radio	8
	29	Historia Económica y Social de Méx. I.	8
	30	Movimientos Campesinos	8

<u>Semestre</u>	<u>Clave</u>	<u>Nombre de la Materia</u>	<u>Créditos</u>
SEPTIMO	31	Publicidad y Relaciones Públicas	8
	32	Legislación de los Medios de Información en México.	8
	-		-
	33	Periodismo por T.V.	8
	34	Hist. Económica y Social de México II	8
OCTAVO	35	Estética	8
	36	Prensa Comparada	8
	37	Montaje y Realización Cinematográfica	10
	38	Movimientos Obreros	8
NOVENO	39	Sistemas de Información	8
	40	Técnicas de Periodismo Gráfico	8
	41	Diseño del Comix	10
	42	Comunicación Audiovisual	8
DECIMO	43	Seminarios de Investigación	10

Notas.-

- 1) La posesión de un idioma (Francés, Inglés o Alemán), es requisito indispensable para ingresar al noveno semestre.
- 2) Total de Créditos de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación: 372
- 3) Número de Horas-Clase por semana: 4.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA  
DIVISION DE CIENCIAS DEL HOMBRE  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACION.

CCC  
AI  
0090

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Francisco Prieto.  
Dirección: Cerro de las Torres No. 395. Colina Campestre-Ch.  
Ciudad: México. Estado: Distrito Federal.  
C. Postal: 4200  
Teléfonos: 5493500 ext. 140, 5493500 ext. 229.  
Fundada el año 1960.  
Nivel: Universitario.  
Carácter: Privada.  
Requisitos: Trabajo final, Trabajo práctico.  
Duración: 4 años.  
Títulos: LC, MC.  
Datos año 1985: No. de egresados 1327  
No. de profesores 47  
No. de matriculados 792.  
Recursos físicos: BiGen, BiEsp, CenInv.  
técnicos: LabFot, SalRed, SalPro, EstTV, EstGra.

2.- ANTECEDENTES.

Se originó en 1960 como escuela que otorgaba el título de Lic. en Ciencias de la Comunicación, en 1961 el título cambió a licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Información. En un principio la carrera comportaba el 70% de las materias de una licenciatura en filosofía; el otro 30% eran talleres (TV, cine, radio y periodismo) y algunos cursos generales de economía, sociología, literatura, etc.

Para 1968 logró un equilibrio entre las materias filosóficas y las socioeconómicas al tiempo que se integran 3 cursos de teoría de la comunicación.

En 1972, la carrera cuenta ya con 5 cursos obligatorios de teoría de la comunicación a parte de teoría del periodismo, de la televisión, estética del cine, teoría de la radio, lo que implica un mayor acercamiento al campo propio de la comunicación.

En 1975 se crea la maestría en Comunicación y Desarrollo.

A partir de 1982, se crean 2 nuevas subsistemas: a) políticas de comunicación, b) Investigación participativa y semiótica.

El cambio de escuela a departamento, operado en 1972 significó un cambio en la organización del currículum, que quedó integrado de la siguiente manera:

AREA BASICA: Cursos fundamentales de teoría sociológica y del conocimiento, así como de lingüística.

AREA MAYOR: Cursos de teorías de la comunicación; teóricos de cada uno de los medios; cuatro discursos literarios; filosofía del hombre; filosofía social, filosofía de la comunicación; investigación I e Investigación II.

AREAS ESPECIFICAS: Selección de un sistema"

(Encuesta FELAFACS 84).

3.- CARACTERISTICAS.

El departamento de Comunicación se ubica dentro de la División de ciencias del hombre de la Universidad Iberoamericana, es una institución privada, y el número de alumnos matriculados en la carrera en 1984 fue de 120; además del título de Lic. en Ciencias de la Comunicación, también otorga el título de maestro en comunicación. El número total de egresados de la facultad hasta 1984 fue 1,327 y el número de graduados 350, la facultad dispone de una biblioteca especializada en Comunicación y de un centro de investigación propios. Para obtener el grado de Comunicación es necesario realizar un trabajo final y un trabajo práctico.

(Encuesta FELAFACS 84).

4.- OBJETIVOS:

OBJETIVOS DE LA CARRERA.- "Preparar teóricos e investigadores que puedan emplear las técnicas existentes del diseño, elaboración, producción y análisis de mensajes en los diversos campos de la comunicación, con una sólida formación intelectual que someta la técnica al espíritu.

La carrera de comunicación como ciencia pluridisciplinaria se nutre de distintos ramos del conocimiento humano, principalmente de: filosofía, psicología, sociología, literatura y arte".

OBJETIVOS ESPECIFICOS: "Al terminar la carrera el alumno será capaz de:

- 1) Interpretar la realidad social, económica, política y cultural del país, a través de los diversos tipos de mensajes que produzca.
- 2) Realizar en el ejercicio profesional de la comunicación colectiva una labor crítica y creativa que promueva el desarrollo de la sociedad de acuerdo a la justicia social, a través de los medios colectivos de comunicación.
- 3) Diseñar y aplicar programas de desarrollo para diversos grupos y comunidades, a través de la comunicación humana grupal e individual.
- 4) Asesorar a organismos e instituciones en los programas para solucionar los conflictos inherentes a la comunicación humana entre personas y los grupos".

(Folleto sobre la carrera, UIA, período 81/82 - Archivo CONEICC).

5.- CAMPO DE TRABAJO:

"El campo de trabajo para los egresados de la carrera de comunicación es amplio y diverso. Además del ejercicio profesional en los distintos medios de comunicación colectiva, innumerables instituciones y empresas requieren expertos capaces de planear, crear, y evaluar mensajes o campañas de comunicación.

El trabajo especializado en cine, radio, televisión, periodismo, investigación, - análisis de mensajes, etc. no se limita, pues, a los medios colectivos. Empresas e instituciones requieren de comunicadores que realicen las actividades de difusión que implican los proyectos educativos, económicos y sociales".

(Folleto sobre la carrera, UIA, período 81/82 - Archivo CONEICC).

PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN

El Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación  
 neta:

- Materias Obligatorias del Area Básica,
- Materias Obligatorias del Area Mayor
- Materias Operativas del Area Mayor
- \*Materias del Area Menor
- Materias del Area de Integración
- Servicio Social
- Area de Titulación (Opción "
- El número mínimo de créditos
- para optar por el título es:

\*Según el subsistema que

CLAVE SIGLA AREA BASICA MATERIAS OBLIGAT

4078		Prerrequisito de Tr
2376	CM102	Teoría de la Cor
2482	PS113	Psicología Soci
5491	SO116	Introducción a
		gico
5930	DE104	Derecho y Cor
5493	SO118	Teoría Socioló
5883	LT120	Taller de Expr
		Escrita I
5934	LT121	Taller de Expr
		Escrita II
2323	AN202	Sociología y A
		México
2700	CM203	Teoría de la C
2758	FL251	Filosofía Soci
2381	CM308	Investigación e
2701	CM309	Investigación e
5350	FL386	Filosofía del H
2295	HI325	Historia de Mé
2258	FL319	Teoría del Cor
		TOTAL:

CLAVE SIGLA AREA MAYO MATERIAS O  
 5458 CM106 Semiótica



CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PRERREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
4641	LT287	Modelos Literarios II		4	8
4682	LT279	Narrativa Latinoamericana I		4	8
4683	LT280	Narrativa Latinoamericana II		4	8
4686	LT283	Poesía y Poesía Latinoamericana I		4	8
4087	LT284	Poesía y Poesía Latinoamericana II		4	8
4645	LT288	Perspectivas de la Literatura Mexicana		4	8
4679	LT264	Historia de las Teorías Literarias		4	8
TOTAL:				4	64

**SUBSISTEMA No. 8 (Filosofía)**

El número de créditos para cumplir con el subsistema es de 64. Compuesto por 32 créditos obligatorios y 32 créditos optativos a elección del alumno. Estos créditos sólo pueden cubrirse con las materias optativas del subsistema de Filosofía que aparecen en este plan.

**MATERIAS OBLIGATORIAS (32 créditos)**

5375	FL205	Lógica I		4	8
2273	FL315	Estética		4	8
5381	FL366	Ontología I		4	8
5387	FL372	Ética I		4	8
TOTAL:				4	8

**MATERIAS OPTATIVAS (32 créditos)**

5376	FL102	Introducción a la Filosofía del Arte		4	8
5373	FL201	De los Presocráticos a Platón		4	8
5374	FL209	Aristóteles y la Escuela Peripatética		4	8
5377	FL362	Heleñismo y Patrística		4	8
5382	FL367	Filosofía Medieval		4	8
2753	FL332	Del Renacimiento a la Ilustración		4	8
5391	FL377	Kant y el Idealismo Alemán		4	8
5396	FL384	Filosofía del Siglo XIX		4	8
5397	FL385	Filosofía del Siglo XX		4	8
TOTAL:				4	8
Mínimo				32	

**SUBSISTEMA No. 9 (Diseño Gráfico)**

5574	DI113	Introducción a las Artes Gráficas		4	8
5694	DI157	Tipografía I		4	8
2355	AU190	Dibujo Natural I		4	8
5435	DI206	Taller de Artes Gráficas		4	4

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PRERREQUISITOS
5702	DI253	Técnicas de Impresión IV	
5697	DI256	Técnicas de Impresión I	
2708	CM293	Técnicas Audiovisuales	
2407	CM357	Publicidad III (Creativa)	
TOTAL:			

**SUBSISTEMA No. 10 (Sociología Urbana)**

5362	SO106	Introducción a la Investigación Social	
5451	SO238	Sociología Urbana I	
3080	SO355	Sociología Urbana II	
5507	SO404	Seminario de Sociología Urbana	
5492	SO117	Seminario de Investigación I	
5494	SO119	Práctica de Campo I	
5443	SO121	Seminario de Investigación II	
TOTAL:			

**SUBSISTEMA No. 11 (Sociología Rural)**

5362	SO106	Introducción a la Investigación Social	
5452	SO242	Sociología Rural I	
3075	SO350	Sociología Rural II	
5505	SO402	Seminario de Sociología Rural	
5492	SO117	Seminario de Investigación I	
5494	SO119	Práctica de Campo I	
5443	SO121	Seminario de Investigación II	
TOTAL:			

**SUBSISTEMA No. 12 (Sociología de la Educación)**

5362	SO106	Introducción a la Investigación Social	
5453	SO243	Sociología de la Educación I	
3078	SO353	Sociología de la Educación II	
5506	SO403	Seminario de Sociología de la Educación	
5492	SO117	Seminario de Investigación	
5494	SO119	Práctica de Campo I	
5443	SO121	Seminario de Investigación II	
TOTAL:			

**SUBSISTEMA No. 13 (Ciencias Políticas y Administración Pública)**

5498	SO208	Ciencia Política I	
------	-------	--------------------	--

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PREREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
4403	SO304	Ciencia Política II	SO208	4	8
5366	SO203	Administración Pública Federal I	SO113	4	8
5367	SO205	Administración Pública Federal II	SO203	4	8
5364	SO113	Teoría de la Administración Pública		4	8
5365	SO114	Evolución de la Administración Pública en México		4	8
5469	SO222	Sistema Político Mexicano		4	8
5471	SO309	Sistemas Políticos y Gobiernos Contemporáneos		4	8
TOTAL:				4	8
				FIGOS	64

NOTAS: Para cumplir con el Plan de Estudios de esta Licenciatura, únicamente se tomarán en cuenta las materias contenidas en él y dentro de las áreas que lo forman.  
Para cursar los subsistemas es necesaria la asesoría del Departamento correspondiente.

CCC  
AI  
0090

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Garfias Reyes  
Domicilio: Calle 27 X 26 No. 216. Col. García Gineres.  
Ciudad: Mérida. Estado: Yucatán.  
Nivel Universitario.  
Caracter: Privada.  
Duración: 4 años.

2.- ANTECEDENTES:

El ICSMAC se fundó en 1982 como respuesta al problema de la emigración de jóvenes yucatecos a otras partes del país y para completar la oferta educativa en el Estado respecto al área de Ciencias Sociales en los campos de Sociología y Comunicación que no se encuentran incluidas en las estructuras académicas de la Universidad de Yucatán y el Instituto Tecnológico de Mérida, únicas instituciones de estudios a nivel superior en el Estado.

3.- OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

"El egresado de esta carrera será capaz de:

- Evaluar críticamente las teorías, los métodos y las técnicas con el fin de coadyuvar el desarrollo de las Ciencias de la Comunicación.
- Explicar científicamente los procesos de la comunicación colectiva en cuanto a su origen, estructura y cambio.
- Evaluar críticamente instituciones públicas y privadas en materia de comunicación colectiva creando una imagen favorable ante la opinión pública.
- Utilizar los medios de comunicación colectiva para informar, y en su caso coadyuvar a la solución de problemas sociales.
- Promover la difusión y aplicación del conocimiento para el bienestar social."

4.- CAMPOS DE TRABAJO:

- El profesionista puede participar como especialista de la comunicación en actividades propias de la publicidad, la propaganda y las relaciones públicas, la propaganda y las relaciones públicas, además de las labores periodísticas.
- Realiza funciones en la Prensa, el Radio, el Cine y la Televisión y participa en estudios o análisis sobre el contenido de la información, se puede especializar en un tipo de noticias o información, así como en medios de información audiovisual.
- "En esta carrera el area de investigación es particularmente amplia, pudiendo recaer sobre los problemas de la persuasión e influencia de la información y la comunicación masiva.

5.- PLAN DE ESTUDIOS:

- Se cursan cinco asignaturas por semestre y la carrera es de ocho semestres, lo que da un total de 40 asignaturas por carrera.
- Plan de Estudios.

PLAN DE ESTUDIOS

DE LA CARRERA DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION 322 CREDITOS

DE CREDITOS

M A T E R I A S

No. DE CREDITOS

M A T E R I A S

PRIMER SEMESTRE

TERCER SEMESTRE

08	HISTORIA MUNDIAL ECONOMICA Y SOC. I	08	HISTORIA MUNDIAL ECONOMICA Y SOC. II
08	FORMACION SOCIAL MEXICANA I	08	FORMACION SOCIAL MEXICANA III
08	TEORIA SOCIAL I	08	TEORIA SOCIAL III
10	TALLER DE INVESTIGACION Y REDACC.	08	METODOLOGIA II
<u>08</u>	ECONOMIA POLITICA I	<u>08</u>	ECONOMIA POLITICA III
42		40	

SEGUNDO SEMESTRE

CUARTO SEMESTRE

08	HISTORIA MUNDIAL ECONOMICA Y SOC. II	08	TEORIA DE LA COMUNICACION Y LA INFO
08	FORMACION SOCIAL MEXICANA II	08	INTRODUCCION A LA LINGUISTICA
08	TEORIA SOCIAL II	08	PSICOLOGIA SOCIAL
08	METODOLOGIA I	08	DESARROLLO, REGIMEN, Y ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTI VA EN MEXICO I
08	ECONOMIA POLITICA II	08	GENEROS PERIODISTICOS INFORMATIVOS. (Nota informativa, crónica noticio sa, entrevista)

40

40

No. DE CREDITOS

M A T E R I A S

No. DE CREDITOS

M A T E R I A S

QUINTO SEMESTRE

SEPTIMO SEMESTRE

08 TEORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA.

08 OPTATIVA

08 LENGUAJE Y SOCIEDAD

08 OPTATIVA

08 SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION COLEC.

08 OPTATIVA

08 DESARROLLO, REGIMEN Y ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA EN MEXICO II

08 OPTATIVA

08 GENEROS PERIODISTICOS INTERPRETATIVOS (REPORTAJE)

08 OPTATIVA

40

40

SEXTO SEMESTRE

OCTAVO SEMESTRE

08 TECNICAS DE INFORMACION POR CINE.

08 OPTATIVA

08 TECNICAS DE INFORMACION POR RADIO Y TELEVISION.

08 OPTATIVA

08 PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION COLECT.

08 OPTATIVA

08 INTRODUCCION AL ESTUDIO DE LA OPINION PUBLICA.

08 OPTATIVA

08 GENEROS PERIODISTICOS DE OPINION (EDITORIAL, ARTICULO DE FONDO Y COMENTARIO)

08 OPTATIVA

40

40



## MATERIAS OPTATIVAS

- EL LIBERALISMO MEXICANO.
- EL MOVIMIENTO LABORAL EN MEXICO.
- FILOSOFIA DE LA HISTORIA
- 7 GRUPOS DE PRESION INTERNACIONALES.
- 7 HISTORIA DE AMERICA LATINA.
- HISTORIA DEL PENSAMIENTO POLITICO EN MEXICO.
- HISTORIA DEL PERIODISMO EN MEXICO.
- ANALISIS HISTORICO DE LA URBANIZACION.
- ANALISIS SOCIOLOGICO DE LA CIUDAD CONTEMPORANEA.
- ECONOMIA POLITICA DE LA URBANIZACION.
- HISTORIA POLITICO-MILITAR DE LA REVOLUCION MEXICANA.
- INTEGRACION ECONOMICA DE AMERICA LATINA.
- INTRODUCCION DE LA TEORIA DE LA ENAJENACION.
- INTRODUCCION A LA TEORIA DE LA EDUCACION.
- LA HISTORIA COMO REPORTAJE.
- LA IDEOLOGIA DE LA REVOLUCION MEXICANA.
- LOS PARTIDOS POLITICOS EN MEXICO.
- POLITICAS URBANAS DEL ESTADO MEXICANO.
- METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION EN COMUNICACION COLECTIVA I
- METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION EN COMUNICACION COLECTIVA II
- PAISES SOCIALISTAS.
- PERIODISMO DE LA CIENCIA.
- PLANIFICACION PARA EL DESARROLLO.
- PROBLEMAS DE LA SOCIEDAD INDUSTRIAL CONTEMPORANEA
- PROCESAMIENTO DE DATOS.
- PSICOANALISIS Y SOCIEDAD.
- \*REVOLUCION Y CAMBIO SOCIAL EN AMERICA LATINA.

- TEORIA GENERAL DE SISTEMAS.
- TEORIA GENERAL DE LA POBLACION.
- SOCIOLOGIA DEL CINE.
- SOCIOLOGIA MEDICA.
- AGENCIAS INFORMATIVAS.
- ANALISIS DE CONTENIDO.
- COMPUTADORAS Y PROGRAMACION.
- EVOLUCION DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL.
- OFICINAS DE PRENSAS.
- SEMINARIO 'EL CAPITAL.
- SOCIOLOGIA DE LAS CULTURAS INDIGENAS DE MEXICO.
- SOCIOLOGIA DEL DESARROLLO AGRARIO.
- SOCIOLOGIA DE LA EDUCACION.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON.  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

CCC  
AI  
0090

1.- DATOS GENERALES:

Decano: Ernesto Rocha Ruíz  
Dirección: Paseo del Acueducto y Eucalipto A.P. 144  
Ciudad: Monterrey  
Estado: Nuevo León  
Teléfonos: (83)578885 y (83)578832  
Títulos: LCsC, ePe, ePu, eRp., MtCsC  
Nivel: Universitario  
Carácter: Pública  
Requistios: Trabajo final, Examen final, otros.  
Duración: 4 años  
Fundación: 1976  
Datos al año 1984:  
No. de egresados 2,000  
No. de profesores 95  
No. de matriculados 1,900

2.- ANTECEDENTES.

En 1976 nace como Colegio de Periodismo en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. El 5 de diciembre de 1978 el Consejo Universitario aprueba la creación de la facultad de ciencias de la Comunicación, con 690 alumnos.

Se crearon las 3 acentuaciones y se reestructura totalmente el plan de estudios abriendo posibilidades a todas las áreas de la comunicación. Este plan continúa hasta la fecha.

3.- CARACTERISTICAS:

La universidad de nuevo León es una institución de carácter estatal y la facultad de Ciencias de la Comunicación es independiente. El número de egresados de la facultad hasta 1984 fue de 2,000. La facultad cuenta con centro de documentación y centro de investigación propias.

El número total de inscritos en la Universidad en 1984, fue de 120,000 personas. El número de egresados de la facultad es de 2,000. (Encuestas FELAFACS 1984).

4.- OBJETIVOS:

**OBJETIVO GENERAL:** "La sociedad actual se encuentra enlazada por mensajes que, en forma sistemática se cruzan, se multiplican y se interfieren, lo que reclama un profundo análisis y entendimiento. Las Ciencias de la Comunicación tienen la tarea de captar, interpretar, elaborar, y presentar estos mensajes, sus códigos y sus procesos".

**OBJETIVO ESPECIFICO:** "El objetivo específico de la carrera, radica en conjuntar las diferentes disciplinas que giran en torno a la Ciencia de la Comunicación, como una estructura organizada para dotar al estudiante de los conocimientos teóricos y prácticos, que le permitan desarrollarse como profesional en Ciencias de la Comunicación en beneficio propio y de la comunidad en que participa.

A fin de lograr este objetivo, el estudiante de esta disciplina debe adquirir los conocimientos teóricos y prácticos, que satisfagan las necesidades comunicativas.

tivas existentes, sin descuidar posibles perspectivas, que abran nuevos horizontes a los estudiantes de esta disciplina".  
(Folleto sobre la carrera de Ciencias de la Comunicación, pág. 2, sin fecha).

5.- AMBITO OCUPACIONAL.

"El Licenciado en Ciencias de la Comunicación posee un campo ilimitado para su desarrollo profesional. La comunicación es una ciencia en desarrollo que aún no se encuentra constreñida por límites y por lo tanto diversos ámbitos ocupacionales de la misma serán descubiertas por los futuros profesionales que con verdadera vocación y espíritu creativo incursionen en ella.

Las empresas del sector público, del sector privado y las instituciones sociales requieren, cada vez más, expertos en Ciencias de la Comunicación.

La infraestructura de conocimientos que requiere un especialista en periodismo, abarca desde el análisis de los procesos de la comunicación, la lingüística, redacción, medios masivos de comunicación, fotografía, introducción a la publicidad y régimen legal de medios.

El especialista en publicidad, requiere tener una base sólida de conocimientos en mercadotecnia, estadística, economía, dibujo, y fotografía publicitaria, psicología social y medios y técnicas audiovisuales.

La plataforma intelectual del publicirrelacionista, está integrada básicamente en el estudio de la Comunicación Organizacional, administración de empresas, principios publicitarios, seminario de redacción, mercadotecnia y medios y técnicas audiovisuales".

(Inf. folleto sobre la carrera de Ciencias de la Comunicación, pag. 3, sin fecha Archivo CONEICC).

*Universidad Autónoma de Nuevo León*

PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE  
LICENCIADO EN PERIODISMO

PRIMER SEMESTRE	Horas x Semana	QUINTO SEMESTRE	Horas x Semana
Curso Superior de Español I	3	Legislación de Medios de comunicación.	3
Literatura Española I	3	Medicina Legal	2
Teoría de la Información	3	Publicidad	3
Técnica de la Inv. Informativa (metodología)	3	Relaciones Públicas	2
Principios Generales de Derecho	3	Periodismo II	3
		Laboratorio de Redacción	2
<b>SEGUNDO SEMESTRE</b>		<b>SEXTO SEMESTRE</b>	
Curso Superior de Español II	3	Apreciación Estética (Crítica de Arte, etc.)	2
Literatura Española II	3	Merchandecia	3
Teoría de la Comunicación Social	2	Administración de Medios de Comunicación I	3
Sociología	3	Periodismo Comparado	3
Redacción Periodística I	3	Laboratorio de Redacción	2
Sociedad y Pol. del México - Contemporáneo	3		
<b>TERCER SEMESTRE</b>		<b>SEPTIMO SEMESTRE</b>	
Teoría Económica	3	Periodismo Electrónico I	3
Sociología Urbana	3	Administración de Medios de Comunicación II	3
Psicología General	3	Instit. Soc. de Mex. (IMSS, Infonavit, Cafpcc, Etc.)	3
Historia de las Ideas Políticas y Sociales	3	Laboratorio de Medios Audiovisuales I	2
Redacción Periodística II	3		
Traducción de Idioma	3		
<b>CUARTO SEMESTRE</b>		<b>OCTAVO SEMESTRE</b>	
Problemas Económicos y Sociales de México	3	Periodismo Electronico II	3
Psicología Social	3	Laboratorio de Medios Audiovisuales	3
Periodismo I (Historia del -- Periodismo, organización, etc.)	3	Practica Profesional	10
Comunicación Masiva (Radio, - Cine, T.v.)	3		
Laboratorio de Fotografía	2	<b>ASIGNATURAS OPTATIVAS</b>	
Laboratorio de Redacción	2	1.-Proceso Legislativo y Doc. Parlamentario.	
		2.- Derecho Administrativo Especializado.	
		3.-Psicoanálisis y Sociedad.	
		4.-Los Partidos Políticos en México.	
		5.-Los Grupos de Presión.	
		6.- Reportero o Comentarista Especializado.	



UNIVERSIDAD DEL NORESTE.  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

CCC  
AI  
0090

1. DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC.  
Decano: Abelardo Ortíz Garza,  
Domicilio: Serdán No. 14, Oriente A.P. 757,  
Ciudad: Hermosillo, Estado: Sonora,  
Teléfono: (621) 24445.  
Nivel: Universitario.  
Carácter: Privada.  
Requisitos: Trabajo final. Examen final.  
Duración: 4.0 años. Fundación 1979.  
Datos al año 1984: No. de Egresados: 6  
No. de Profesores: 11  
No. de Matriculados: 64

2. ANTECEDENTES:

La Escuela de Ciencias de la Comunicación se fundó en agosto de 1975. Los títulos que se han otorgado desde su inicio hasta la fecha son de Licenciados en Ciencias de la Comunicación, relaciones públicas y publicidad. Los objetivos perseguidos han sido formar comunicadores sociales que: conozcan, investiguen, participen y transformen en lo posible la práctica social de nuestra región y de nuestro País, que sean conscientes de las condiciones sociales, económicas, políticas e ideológicas de la producción comunicativa en la región y en México, así como del proceso de la producción de la comunicación y que intervengan en dicha práctica social responsable y profesionalmente". (Encuesta FELAFACS 1984).

3. CARACTERISTICAS:

La Universidad del Noreste es una institución privada, dentro de la cual se ubica la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Esta Escuela cuenta con un centro propio de documentación. (Encuesta FELAFACS) El número de alumnos inscritos en 1982 era de 15 y el número de egresados desde su fundación (1975 es de 54. (Archivo CONEICC),

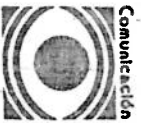
4. OBJETIVO GENERAL:

El objetivo de la carrera será formar Comunicadores Sociales que: conozcan, investiguen, participen y transformen en lo posible, la práctica social de nuestra región y de nuestro País; que sean conscientes de las condiciones sociales, económicas, políticas e ideológicas de la producción comunicativa en la región y en México, así como del proceso de la producción de la comunicación, y que intervengan en dicha práctica social responsable y profesionalmente.

5. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. "Tomando en cuenta los objetivos de la carrera y pensando en que el Comunicador Social deberá dominar la teoría, las técnicas y la práctica correspondiente de los medios de comunicación social, a todo lo largo de la carrera se ofrecerán talleres de las técnicas de la comunicación social.

2. En estos talleres de diseño gráfico, fotografía, periodismo, música, radio, cine, televisión, audiovisuales-multimedia y publicidad, el estudiante aprenderá, por un lado, el aspecto teórico y técnico de los medios y, por otro, el correcto manejo de dichos medios en vistas a la producción de comunicación.
3. Para lograr estos objetivos será necesaria una práctica constante de los medios. Para ello, a todo lo largo de los semestres mediante los programas, será conveniente que los estudiantes utilicen los medios de comunicación social para realizar los trabajos que corresponden a los diferentes temas que así lo requieran: sobre todo los informes finales del aprovechamiento total del alumno en el semestre. Con el material producido (trabajos de investigación, programas de radio y televisión, películas y audiovisuales) podemos crear un banco de información al que tenga acceso toda la comunidad universitaria. (Archivo CONEICC).



## ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

### PRIMER SEMESTRE

Teoría de la Comunicación I  
Teoría de la Administración I  
Economía I  
Formación Social Mexicana I  
Introducción a la Redacción  
Metodología  
Idioma: Inglés

### SEGUNDO SEMESTRE

Teoría de la Comunicación II  
Teoría de la Administración II  
Economía II  
Formación Social Mexicana II  
Redacción Periodística I  
Fotografía B/N (Teo/Lab.)  
Literatura (Teo/Taller)  
Diseño (Teo/Taller)  
Idioma: Inglés

### TERCER SEMESTRE

Des. de los Medios de Com.  
Adm. de Recursos Humanos  
Redacción Periodística II  
Sociología  
Psicología Social  
Fotografía Color (Teo/Lab.)  
Curtinismo (Taller)  
Audición Musical (Taller)  
Idioma: Inglés

### CUARTO SEMESTRE

Comunicación de Grupos Pequeños  
Mercadotecnia  
Redacción Periodística III  
Teoría Social  
Legislación de los M. de C.  
Organización de Diarios y Revs.  
Radio (Teoría)  
Locución (Laboratorio)  
Idioma: Inglés

### QUINTO SEMESTRE

Comunicación de Masas  
Investigación de Mercados  
Lenguaje y Sociedad  
Introducción a la Publicidad  
Cine (Teoría)  
Radio (Taller)  
Tipografía (Taller)  
Idioma: Francés

### SEXTO SEMESTRE

Comunicación de Innovaciones  
Opinión Pública  
Publicidad I  
Televisión I (Teoría)  
Cine (Taller)  
Prensa (Taller)  
Idioma: Francés

### SEPTIMO SEMESTRE

Comunicación Educativa  
Relaciones Públicas I  
Publicidad II  
Televisión II (Teoría)  
Audiovisuales - Multimedia (Teo/Pract.)  
Televisión I (Taller)  
Idioma: Francés

### OCTAVO SEMESTRE

Comunicación en las Organizaciones  
Relaciones Públicas II  
Relaciones Internacionales  
Met. Com. Educ. (Sem. de Tesis)  
Publicidad (Taller)  
Televisión II (Taller)  
Audiovisuales - Multimedia (Taller)  
Idioma: Francés



## ESCUELA DE RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD

### PRIMER SEMESTRE

Teoría de la Comunicación I  
Teoría de la Administración I  
Economía I  
Formación Social Mexicana I  
Introducción a la Redacción  
Metodología  
Idioma: Inglés

### SEGUNDO SEMESTRE

Teoría de la Comunicación II  
Teoría de la Administración II  
Economía II  
Formación Social Mexicana II  
Redacción Periodística I  
Fotografía B/N (Teo/Lab.)  
Literatura (Teo/Taller)  
Diseño (Teo/Taller)  
Idioma: Inglés

### TERCER SEMESTRE

Des. de los Medios de Comunicación  
Administración de Recursos Humanos  
Redacción Periodística II  
Sociología  
Psicología Social  
Fotografía Color (Teo/Lab.)  
Curtinismo (Taller)  
Audición Musical (Taller)  
Idioma: Inglés

### CUARTO SEMESTRE

Comunic. de Grupos Pequeños  
Mercadotecnia  
Redacción Periodística III  
Teoría Social  
Organización de los M. de C.  
Organización de Diarios y Revs.  
Radio (Teoría)  
Locución (Laboratorio)  
Idioma: Inglés

### QUINTO SEMESTRE

Introducción a las Relacs. Públicas  
Investigación de Mercados  
Psicología de Grupos  
Psicol. de las Relacs. Interpersonales  
Control Presupuestal  
Teoría y Técnica del Dibujo  
Teoría de la Personalidad  
Idioma: Inglés

### SEXTO SEMESTRE

Relaciones Públicas I  
Opinión Pública  
Medios y Técnicos de Comunicación I  
(Fotografía Publicitaria) (Taller)  
Comunicación Organizacional  
Sistema de Información Administrativa  
Publicidad I  
Seminario de Expresión (Taller)  
Idioma: Inglés

### SEPTIMO SEMESTRE

Relaciones Públicas II  
Régimen Legal Publicitario en México  
Medios y Técnicos de Comunicación II  
(Publicidad por Medios Impresos-Radio)  
Instituciones Sociales en México  
Diseño y Análisis de Mensajes  
Publicidad II  
Deontología Profesional  
Idioma: Inglés

### OCTAVO SEMESTRE

Sem. de Relacs. Pub. en Empresas  
Casos Prácticos de Mercado y Public.  
Medios y Técnicos de Comunicación III  
(Publicidad por Cine, TV, Audiovisual)  
Comunicación Social y Desarrollo  
Problemas de la Comunidad  
Taller de Publicidad  
Seminario de Tesis  
Idioma: Inglés



OBJETIVO DE LA ACENTUACION EN MEDIOS MASIVOS.

"Dotar al alumno de una base teórica que le permita comprender la naturaleza de los diferentes medios de comunicación: prensa, radio, T.V., cine. Proporcionar le los criterios fundamentales para que sea capaz de utilizar los MM en beneficio de la sociedad. Desarrollar destrezas y habilidades relacionadas con el manejo de cada uno de los medios de comunicación social".

OBJETIVO DE LA ACENTUACION EN PUBLICIDAD.

Proporcionar al estudiante un amplio conocimiento dle campo de la publicidad y capacitarlo en el diseño e implementación de estrategias y campañas publicitarias.

OBJETIVO DE LA ACENTUACION EN RELACIONES HUMANAS.

"Dotar al alumno de los conocimeintos que le permitan optimizar el recurso humano en las organizaciones. Desarrollar en el alumno habilidades que le permitan dise ñar e implementar programas que favorezcan el desarorllo de las organizaciones en el aspecto humano.

Capacitar al alumno para llevar a cabo estrategias que favorezcan las relaciones de las organizaciones con su medio ambiente"

(Información recogida de Docto.: U. Regiomontana Plan de Estudios. Lic. en Cs. de la Com. Social. s/fecha - Archivo CONEICC).

5.- PERFIL PROFESIONAL.

"Las siguientes notas distintivas deben caracterizar a la persona que habiendo terminado sus estudios en esta facultad se proyecte profesionalmente en la socie dad.

I. En cuanto a su preparación intelectual

- a) Profundo conocimineto de las Cs. de la Comunicación.
- b) Formación hondamente humanista.
- c) Capacidad crítica para juzgar los fenómenos sociaels y los mensajes desde el punto de vista de la persona en convivencia con los demás.

II. En cuanto a su sensibilidad:

- a) Poseedor de una conciencia clara respecto al otro, a los grupos y fenóme nos sociales.
- b) Sensible al poder de impacto (positivo o negativo) de los mensajes mani- fiestos en el ámbito social.
- c) Promotor de la comunicación que vincula a los hombre.s

III. En cuanto a su ethos.

- a) Hombre comprometido en su religación al absoluto y en su referencia al "otro" y a la sociedad.
- b) Hombre conciente de su caracter de maestro de la verdad la cual debe des- cubrir y manifestar.

IV. En cuanto a su habilidad profesional.

- a) Dominio y elegancia en el uso de la lengua propia.
- b) Dominio y habilidad en el uso de las técnicas de la comunicación.
- c) Destreza en la percepción de las redes de comunicación en un grupo so- cial" (U. Regiomontana Plan de EstudiosLic. en Cs. de la Com. Social. s/fecha - Archivo CONEICC).



6.- AREAS DE TRABAJO.

DE MEDIOS MASIVOS: PRENSA. Reportero, fotógrafo, Jefe de Información, Jefe de redacción y Editor. RADIO. Programador, locutor, Operador de controles y productor de Programas. TELEVISION. Locutor, switcher, camarógrafo, Director de Cámaras, Floor Managers, Productor y Director de Programación. CINE Producción Fílmica.

DE PUBLICIDAD: Agencia de Publicidad. Gerente, Jefe del Depto. de Arte, - Jefe de Producción, Depto. de Presupuestos y contratación de medios. Depto. de Investigación de Mercados. DEPTO. DE PUBLICIDAD. Free Lancer.

DE RELACIONES HUMANAS: DEPTO. DE RECURSOS HUMANOS: Capacitación y/o Adiestramiento. Depto. de Personal. RELACIONES PUBLICAS: Seguridad e Higiene Industrial, Desarrollo Organizacional. Relaciones Laborales.  
(Archivo CONEICC).

MATERIAS DEL AREA GENERAL

I

CLAVE	UNIDAD	MATERIA	REQUISITO
CC010	5	TEORIA DE LA COMUNICACION	
CC020	3	LABORATORIO DE COM. VERBAL	
HL030	3	METODOLOGIA GENERAL	
CC065	3	TECNICAS DE LA COM. ESCRITA	LL090
PL010	3	PSICOLOGIA GENERAL	
HL050	3	ANTROPOLOGIA SOCIAL	
CN190	3	ESTADISTICA	CN004

II

CC050	4	TEORIA DE LA INFORMACION	CN190 HL030 CC010
CC040	3	TEORIA DE LA COM. INTERPERSONAL	CC020
CC070	4	LITERATURA UNIV. CONTEMPORANEA	CC060
PL080	4	PSICOLOGIA SOCIAL	PL010
LL010	3	IDIOMA I (INGLES)	
CC060	3	ANALISIS LITERARIO	CC065
CC080	3	LEGISLACION DE MEDIOS DE DIFUSION	

III

CC090	5	OPINION PUBLICA I	CC050 CN190
CC100	4	COMUNICACION MASIVA	CC050
CC110	3	LITERATURA IBEROAMERICANA	CC060
LL011	3	IDIOMA II (INGLRS)	LL010
CC120	3	REDACCION	CC060 CC065
CC130	3	IMAGEN Y SONIDO	
HL200	4	FILOSOFIA DEL HOMBRE I	

## IV

CLAVE	UNIDAD	MATERIA	REQUISITO
CC095	5	OPINION PUBLICA II	CC090
CO210	3	TEORIA DE LA CONTABILIDAD	
AD382	4	RELACIONES HUMANAS	PL080
CC160	3	FOTOGRAFIA	CC130
CC140	4	EPISTEMOLOGIA	HL030
AD410	3	TEORIA DE LA ADMINISTRACION	
CC165	3	POLITICA	

## V

CC170	3	INVESTIGACION	HL030 CN190
AD381	4	ADMINISTRACION DE PERSONAL	AD410
CN220	5	PROCESAMIENTO DE DATOS	HL030 CN190
HL205	4	FILOSOFIA DEL HOMBRE II	HL200
AD383	3	RELACIONES PUBLICAS	CC095 AD382
CC190	3	TECNICAS AUDIOVISUALES	CC160
AD180	3	TEORIA DE LA MERCADOTECNIA I	

MATERIAS DE LA ACENTUACION EN PUBLICIDAD

Clave	Unidad	Materia	Requisito
VI			
PL270	4	DINAMICA DE GRUPOS	AD382
AD190	4	MERCADOTECNIA II	AD180
CM010	3	COMUNICACION GRAFICA I	CC190
CP010	4	PUBLICIDAD I	AD180
CP030	3	ILUSTRACION	
CP020	4	DISEÑO GRAFICO I	CC190
CP040	3	SEM. DE COM. MASIVA	CC100
VII			
CP050	4	FILOSOFIA DEL ARTE	HL205
AD175	3	INVESTIGACION DE MERCADOS	AD190
CM120	4	COMUNICACION GRAFICA II	CM010
CP070	4	PUBLICIDAD II	CP010
CM110	3	DIFUSION DE INNOVACIONES	
CP060	4	DISEÑO GRAFICO II	CP020
CP080	3	ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS	CP010
VIII			
CP090	3	PSICOLOGIA DE LA PUBLICIDAD	CP070 CM010
CM020	4	FUNDAMENTOS DE PERIODISMO	CP040
CR100	4	REALIZACION TELEVISIVA	CC190
CO130	3	CONTABILIDAD DE COSTOS	CO210
CP110	4	TEC. DE LAS ARTES GRAFICAS	CP060
CP120	4	CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	CP070 CP060
CM090	3	GUIONES CINEMATOGRAFICOS	CC120
IX			
DE250	3	DERECHO DEL TRABAJO	HASTA 8o.
CP130	4	REALIZACION RADIOFONICA	CC190
CP140	4	ADMINISTRACION PUBLICITARIA	CP080 AD410
CP150	4	LAB. DE COM. AUDIOVISUAL	CC190
CP160	4	CAMPAÑAS PUBLICITARIAS II	CP120
CM250	3	ETICA PROFESIONAL	HASTA 9o.
CM260	4	SEMINARIO DE TESIS	HASTA 8o.

MATERIAS DE LA ACENTUACION EN RELACIONES HUMANAS

Clave	Unidad	Materia	Requisito
VI			
PL270	4	DINAMICA DE GRUPOS	AD382
AR320	4	SOCIOLOGIA URBANA	
PL225	3	HIGIENE MENTAL EN LA ORGANIZACION	AD382
CP040	3	SEMINARIO DE COMUNICACION MASIVA	CC100
PL170	3	PSICOLOGIA INDUSTRIAL	AD381
CR020	4	PSICOPEDAGOGIA	PL010
CR010	4	TECNICAS PERIODISTICAS	
VII			
PL220	4	ENTREVISTA PSICOLOGICA	PL170
CR030	4	SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION	AR320
CM110	3	DIFUSION DE INNOVACIONES	
CM010	4	COMUNICACION GRAFICA I	CC190
CR050	4	DESARROLLO DE REC. HUMANOS I	PL170
CR040	3	TECNOLOGIA EDUCATIVA	CR020
CR060	4	DESARROLLO DE LA COMUNIDAD	AR320
VIII			
AD310	4	RELACIONES INDUSTRIALES	PL170
CM090	3	GUIONES CINEMATOGRAFICOS	CC120
CR070	3	INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD	CM010
CR080	4	DESARROLLO ORGANIZACIONAL I	CR050
CR090	4	DESARROLLO DE REC. HUMANOS II	CR050
CR100	4	REALIZACION TELEVISIVA	CM010
EC050	3	MICROECONOMIA	
IX			
DE250	3	DERECHO DEL TRABAJO	HASTA 8o.
CR110	4	SEM. DE INVEST. EN LA COM. ORG.	CC170
CP130	4	REALIZACION RADIOFONICA	CC190
CR120	4	DESARROLLO ORGANIZACIONAL II	CR080
EC040	3	MACROECONOMIA	EC050
CM250	3	ETICA PROFESIONAL	HASTA 9o.
CM260	4	SEMINARIO DE TESIS	HASTA 8o.



MATERIAS DE LA ACENTUACION EN MEDIOS MASIVOS

Clave	Unidad	Materia	Requisito
VI			
PL270	4	DINAMICA DE GRUPOS	AD382
CM060	3	GUIONES DE RADIO Y T. V.	CC120
CM020	4	FUNDAMENTOS DE PERIODISMO	
CM010	3	COMUNICACION GRAFICA I	CC190
CM040	4	PSICOLOGIA DE LAS ARTES VISUALES	PL010
CM030	4	HISTORIA DEL CINE	
CM050	3	INTRODUCCION A LA RADIO Y T.V.	
VII			
CM070	4	PRODUCCION DE TELEVISION I	CC190 CM050
CM090	3	GUIONES CINEMATOGRAFICOS	CC120
CM110	3	DIFUSION DE INNOVACIONES	
CM130	4	LABORATORIO DE RADIO	CM050
CM080	3	LENGUAJE CINEMATOGRAFICO	CM030
CM120	4	COMUNICACION GRAFICA II	CM010
CM100	4	TECNICAS PERIODISTICAS	CM020
VIII			
CM140	4	PRODUCCION DE TELEVISION II	CM070
CM150	4	EDICION Y MONTAJE DE TV, CINE Y RADIO	CM050 CM090
CM160	4	PERIODISMO RADIOFONICO Y TELEVISIVO	CM050
CM160	3	ADMINISTRACION DE MEDIOS	AD410
CM180	4	SONORIZACION	CM130
CM190	3	FOTOGRAFIA CINEMATOGRAFICA	CM080
CM200	3	INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD	CM010
IX			
CM210	4	PRODUCCION RADIOFONICA	CM050 CM130
CM220	4	REALIZACION CINEMATOGRAFICA	CM190
DE250	3	DERECHO DEL TRABAJO	HASTA 80.
CM230	4	LABORATORIO DE PERIODISMO	CM100 CM020
CM240	3	PRENSA COMPARADA	CM100 CM020
CM250	3	ETICA PROFESIONAL	HASTA 90.
CM260	4	SEMINARIO DE TESIS	HASTA 80.

1. DATOS GENERALES:

Coordinación de la Carrera de Comunicación,  
Decano: José Luis Diego Fernández,  
Domicilio: Pánuco No. 645, Col. Navarro,  
Ciudad: Torreón. Estado: Coahuila.  
C. Postal: 27010  
Teléfono: (171) 72843 y 70954.  
Recursos: Físicos: BiGen,  
Técnicos: LabFot. y EstGra.  
Nivel: Universitario.  
Carácter: Privada.  
Duración: 4.5 años. Fundación 1982. Datos al año 1985.  
No. de Egresados: 0  
No. de profesores: 11  
No. de matriculados: 65  
Asociación: CONEICC.

2. ANTECEDENTES:

"En agosto de 1982 inició actividades al público la UIA-Plantel Laguna. En esa misma fecha inició la carrera de Comunicación.

Las razones de la apertura de la carrera en la región obedecen a varias causas:

- Ausencia de comunicación social para el desarrollo de la región.
- Así como la existencia de

3. CARACTERISTICAS:

La U.I.A. - Plantel Laguna es de carácter privado, otorga la Licenciatura en Comunicación, en 4 años y medio y hasta 1984 no tiene egresados. La Coordinación de Comunicación depende de la Coordinación General Académica. (FELAFACS 84).

La Lic. en Comunicación está encaminada a preparar profesionales mediante el estudio teórico, la aplicación de las distintas metodologías de investigación y la realización de prácticas- para los siguientes campos:

- Análisis de mensajes y semiótica.
- Investigación empírica de la Comunicación.

- Periodismo.
- Cine.
- Televisión.
- Radio.
- Publicidad y Comunicación de Instituciones,

"La Carrera consta por lo tanto de dos secciones armónicamente complementarias. La primera integrada por las ciencias de la cultura, ciencias humanas, y la segunda por las ciencias y técnicas de la Comunicación", (Folleto UIA-U.Laguna Lic. en Comunicación sin fecha, Archivo CONEICC),

#### 4. OBJETIVOS DE LA CARRERA:

"Preparar teóricos e investigadores que puedan emplear las técnicas existentes del diseño, elaboración, producción y análisis de mensajes, en los diversos campos de la comunicación con una sólida formación intelectual que someta la técnica al espíritu. La Carrera de Comunicación como ciencia pluridisciplinaria se nutre de distintas normas del conocimiento humano, principalmente de: Filosofía, Psicología, Sociología, Literatura y Arte,

##### OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Al término de la Carrera el alumno será capaz de:

- 7.1. Interpretar la realidad social, económica, política y cultural del País, a través de los diversos tipos de mensajes que produzca.
- 7.2. Realizar en el ejercicio profesional de la comunicación colectiva una labor crítica y creativa que promueva el desarrollo de la sociedad de acuerdo a la justicia social, a través de los medios colectivos de comunicación.
- 7.3. Diseñar y aplicar programas de desarrollo para diversos grupos y comunidades a través de la comunicación humana grupal e individual.
- 7.4. Asesorar a Organismos e Instituciones en los programas para solucionar los conflictos inherentes a la comunicación humana entre las personas y los grupos.

#### 5. CAMPO DE TRABAJO DE LA PROFESION,

"Es amplio y diverso. Además del ejercicio profesional en los distintos medios de Comunicación colectiva innumerables instituciones y empresas requieren de expertos capaces de planear, crear y evaluar mensajes o campañas de comunicación.

El trabajo especializado en cine, radio, T.V., periodismo, investigación, análi-

sis de mensajes, etc., no se limita, pues, a los medios colectivos, Empresas e instituciones requieren comunicadores que realicen las actividades de difusión que implican los proyectos educativos, económicos y sociales". (Folleto UIA- U. Laguna Licenciatura en Comunicación),

#### MODALIDADES DEL EJERCICIO DE LA PROFESION.

"Básicamente se presentan las siguientes modalidades en el ejercicio de la profesión. Creación y producción de mensajes, Ej.: periodista, creativo publicitario, productor de cine, guionista, etc, Planeación y ejecución de programas de comunicación. Ej.: ejecutivo publicitario, gerente de relaciones públicas, gerente de difusión, coordinador de programas de comunicación, asesor, etc., investigación y docencia". (Folleto UIA-U. Laguna Lic. en Comunicación sin fecha, archivo CONEICC).

# UIA - Laguna

I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
<b>Area Básica</b>	Investigación de la Comunic. I	Investigación de la Comunic. II	Investigación de la Comunic. III	Investigación de la Comunic. IV	Publicidad I	Poesía y Poética	<b>Area Mayor</b>
Taller de Exp. y composición escrita I	Taller de Exp. y composición escrita II	Linguística I	Semiótica	Narrativa	Ensayo		Análisis y Producción de Textos
Teoría de la comunicación I	Teoría de la comunicación II	Teoría de la comunicación III	Teoría de la comunicación IV	Teoría de la comunicación V	Teoría de la comunicación VI	Optativa I	Optativa III
Psicología General	Psicología Social		Temas selectos de com. I	Temas selectos de com. II	Temas selectos de com. III	Temas selectos de com. IV	Optativa IV
Filosofía del Hombre		Filosofía Social	Drama		Comunicación de Instituciones I	Optativa II	Optativa V
Intro al pensamiento sociológico	Teoría del conocimiento	Derecho y com. colectiva	Proceso Hist. de Latinoamérica I	Proceso Hist. de Latinoamérica II	Radio I	Optativa III	Optativa VI
Historia de Mex. contemporáneo	Teoría Sociológica	Historia de la cultura		Optativa I	Optativa II	Optativa VI	Optativa V

Area Menor

## Area de Integración

Periodismo I	Televisión I	Cine I
--------------	--------------	--------

Nota: Dadas las características de currículo flexible esta presentación es sólo un ejemplo de la

CC  
AI  
0090

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE AGUASCALIENTES.

1. DATOS GENERALES:

División de Artes y Humanidades. Depto. de Comunicación.  
Asociada a: CONEICC  
Recursos: Físicos: BiGen, CenDoc, CenInv. Técnicos: LabFot, EstTV, EstGra A.M.  
Decano: Felipe Martínez Rizo.  
  
Domicilio: Av. Universidad s/n, C.P. 20201  
Teléfono: (491) 50707 Ext. 148-149.  
Ciudad: Aguascalientes, Estado: Aguascalientes.  
  
Nivel: Universitario. Requisitos: Trabajo práctico.  
Carácter: Pública. No. de Egresados: 0  
No. de Profesores: 3  
Duración: 5 años. No. de Matriculados: 90  
Títulos: Licenciado en Medios Masivos de Comunicación.  
Licenciado en Comunicación Organizacional.

2. ANTECEDENTES:

Las licenciaturas en Comunicación en Medios Masivos y Comunicación Organizacional fueron creadas en 1983.

3. CARACTERISTICAS:

La Universidad Autónoma de Aguascalientes es una institución de carácter estatal, la Facultad de Comunicación depende de Artes y Humanidades (Encuesta FELAFACS 84).

Ofrece dos carreras dentro del Plan de Estudios a nivel licenciatura:

Comunicación en Medios Masivos: Producción Docente.

Producción Cultural.

Producción Comercial.

y Comunicación Organizacional (Información obtenida del Plan de Estudios (abreviado) sin fecha).

Hasta junio de 1984, no hay ningún egresado, Cuenta con Centro de Documentación y Centro de Investigación (encuesta FELAFACS 84) se financia con ayudas estatales y contribución de los alumnos. Dura 5 años (FELAFACS 84).

4. OBJETIVOS.

Objetivo fundamental: Preparar profesionistas, gente creativa -analíticos y críticos capaces de desarrollar las funciones de la comunicación en gran parte de los sectores en que se encuentra estructurada nuestra sociedad.



PLAN DE ESTUDIOS  
ORGANIZACION POR SEMESTRES

= TRONCO COMUN =

CLAVE	M A T E R I A S	HORAS	CREDITOS	CENTRO	DEPTO.	SERIACION
		T - P				

PRIMER SEMESTRE

1.-	Introducción al campo de la Comunicación	4	1	9	A Y H	COM.
2.-	Expresión Verbal	2	3	7	A Y H	COM.
3.-	Estructura de la Lengua I (Gramática, Lingüística)	4	0	8	A Y H	COM.
4.-	Lógica Formal I	4	0	8	A Y H	FIL.
5.-	Filosofía del Hombre I	4	0	8	A Y H	FIL.
6.-	Psicología General	3	0	6	A Y H	PSIC.
7.-	Lectura y Metodología del Trabajo Intelectual	---	---	---	A Y H	EDUC.
	T O T A L	21	4	46		

SEGUNDO SEMESTRE

8.-	Modelos Teóricos de la Comunicación	4	0	8	A Y H	COM.
9.-	Estadística Descriptiva y Probabilidad	4	0	8	BASICO	M.T.
10.-	Estructura de la Lengua II (Semiología)	4	0	8	A Y H	COM.
11.-	Lógica Formal II	4	0	8	A Y H	FIL.
12.-	Filosofía del Hombre II	4	0	8	A Y H	FIL.
13.-	Temas Orientados Humanos de la Información	4	0	8	A Y H	COM.
	T O T A L	---	---	---		

TERCER SEMESTRE

14.-	Comunicación no Verbal	3	0	6	A Y H	COM.	1
15.-	Estadística Inferencial	4	0	8	BASICO	MAT.	9
16.-	Historia de los Medios Masivos de Comunicación I. (Radio, Televisión, Periodismo)	3	2	8	A Y H	COM.	
17.-	Sociología	4	0	8	A Y H	SOC.	
18.-	Filosofía de la Ciencia I	4	0	8	A Y H	FIL.	
19.-	Redacción de los Medios Masivos de Comunicación	0	4	4	A Y H	COM.	
20.-	Historia y Semiología Prehispánica de México (-a siglo XVI)	3	0	6	A Y H	COM.	
<b>T O T A L</b>		<b>21</b>	<b>6</b>	<b>48</b>			

CUARTO SEMESTRE

21.-	Estructura de los Códigos de la Comunicación (Semiótica)	4	0	8	A Y H	COM.	1, 3, 14
22.-	Teoría de la Administración	4	0	8	E. A.	ADM.	
23.-	Historia de los Medios Masivos de Comunicación II (Fotografía, Cine)	3	2	8	A Y H	COM.	
24.-	Psicología Social	4	0	8	A Y H	PSIC.	
25.-	Historia Socioeconómica y Política de México (siglos XVII, XVIII y XIX)	4	0	8	A Y H	SOC.	
26.-	Metodología de la Investigación Social	4	0	8	A Y H	SOC.	
<b>T O T A L</b>		<b>23</b>	<b>2</b>	<b>48</b>			

QUINTO SEMESTRE

27.-	Teoría de la Comunicación Organizacional	4	0	8	E. A.	ADMON.	
28.-	Estructura de los Géneros Literarios	3	2	8	A Y H	COM.	3, 0
29.-	Comunicación de Innovaciones y Tecnología del Futuro	4	0	8	A Y H	COM.	16, 23
30.-	Microeconomía	4	0	8	E. YA.	ECONOMIA	
31.-	Problemas Socioeconómicos y Políticos de México Contemporáneo (siglo XX)	4	0	8	A Y H	SOC.	
32.-	Publicidad y Comunicación Gráfica	3	2	8	A Y H	COM.	
		22	4	72			

SEXTO SEMESTRE

33.-	Comunicación en Grupos Pequeños	4	0	8	A Y H	PSIC.	
34.-	Metacomunicación y Relaciones Interpersonales	4	0	8	A Y H	COM.	2, 0
35.-	Introducción a los Sistemas Computacionales	4	0	8	BASICC	INFORMATIC.	
36.-	Macroeconomía	4	0	8	E. A.	ECONOMIA	20
37.-	Mercadotecnia	4	0	8	E. A.	ADMON.	
38.-	Seminario de Comunicación de Masas	4	0	8	A Y H	COM.	1, 8
	T O T A L	20	0	80			

TOTAL DE CREDITOS TERCER SEMESTRE

AREA DE ESPECIALIZACION EN COMUNICACION

ORGANIZACIONAL

SEPTIMO SEMESTRE

39.-	Dinámica de Grupos	0	6	6	A Y H	PSIC.	33
40.-	Etnología	4	0	8	A Y H	SEC.	17
41.-	Métodos Cuantitativos en Comunicación	3	2	8	A Y H	COM.	27
42.-	Administración de Recursos Humanos	4	0	8	E. A.	ADMOS.	
43.-	Investigación de Mercados	3	2	8	E. A.	ADMOS.	37
44.-	Comunicación Educativa y Desarrollo Social en México	4	0	8	A Y H	COM., EDUC., SEC.	
<b>T O T A L</b>		<b>18</b>	<b>10</b>	<b>46</b>			

OCTAVO SEMESTRE

45.-	Recursos Audiovisuales	2	2	6	A Y H	COM.	23
46.-	Etnografía	2	2	6	A Y H	SEC.	17, 19
47.-	Métodos de Observación en Comunicación	4	0	8	A Y H	COM.	20
48.-	Capacitación y Admisión y Tratamiento	2	2	6	E. A.	ADMOS.	
49.-	Psicología de la Empresa	4	0	8	A Y H	PSIC.	
50.-	Elaboración de los Materiales Educativos	4	0	8	A Y H	COM., EDUC.	34
51.-	Relaciones Públicas	3	0	6	E. A.	ADMOS.	
<b>T O T A L</b>		<b>21</b>	<b>4</b>	<b>25</b>			

NOVENO SEMESTRE

52.-	Diseños y Modelos de Organización	4	0	0	E. A.	ADMON.	27
53.-	Comunicación Interna y Externa en la Empresa	4	0	8	E. A.	ADMON.	27
54.-	Planeación de Programas Comunales	4	0	8	A Y H	CON., SOC.	17, 40, 46
55.-	Diseño Gráfico	0	6	6	TECNOLÓGICO	DISE	
56.-	Sociología de la Empresa	4	0	8	A Y H	SOC.	49
57.-	Seminario en Desarrollo Organizacional	1	6	8	E. A.	ADMON.	27, 49
<b>T O T A L</b>		<b>17</b>	<b>12</b>	<b>46</b>			

DECIMO SEMESTRE

50.-	Seminario Avanzado en Investigación (Asesoría)	3	0	6	A Y H	CON.	
	Síntesis Profesional (Opcional)			15	A Y H	CON.	
	a) Investigación de Campo en Grupos Étnicos.						
	b) Investigación de Campo en Empresas Públicas o Privadas.						
	c) Investigación de Campo en Instituciones Académicas.						
<b>T O T A L</b>		<b>3</b>	<b>0</b>	<b>21</b>			
<b>TOTAL DE CREDITOS EN LA ESPECIALIDAD</b>				<b>361</b>			
<b>TOTAL DE CREDITOS EN LA ESCUELA</b>				<b>417</b>			



AREA DE ESPECIALIZACION EN COMUNICACION

DE MEDIOS MASIVOS

SEPTIMO SEMESTRE

59.-	Legislación de los Medios Masivos de Comunicación	3	0	6	A Y H	DERECHO	
60.-	Creación Fotográfica	0	4	4	A Y H	COM.	23
61.-	Radio I	2	2	6	A Y H	COM.	16
62.-	Periodismo I	3	2	8	A Y H	COM.	16
63.-	Televisión I	3	2	8	A Y H	COM.	16
64.-	Producción Cinematográfica	4	0	8	A Y H	COM.	23
44.-	Comunicación Educativa y Desarrollo Social en México.	4	0	8	A.Y H	COM., EDUC., SOC.	
<b>T O T A L</b>		<b>19</b>	<b>10</b>	<b>48</b>			

OCTAVO SEMESTRE

45.-	Recursos Audiovisuales	2	2	6	A Y H	COM.	16, 60
65.-	Administración y Financiamiento de los Medios Masivos de Comunicación	3	0	6	E. A.	ADMÓN.	
66.-	Radio II	1	4	6	A Y H	COM.	16, 61
67.-	Periodismo II	1	4	6	A Y H	COM.	16, 62
68.-	Televisión II (Producción Comercial y Publicitaria)	2	4	8	A Y H	COM.	16, 63
69.-	Semiología del Cine	4	0	8	A Y H	COM.	64
50.-	Elaboración de los Mensajes Educativos	4	0	8	A Y H	COM. Y EDUC.	44
<b>T O T A L</b>		<b>17</b>	<b>10</b>	<b>48</b>			



NOVENO SEMESTRE

70.-	Bases Socioculturales de la Comunicación - Icónica	4	0	8	A Y H	COM. Y SOC.	
71.-	Semiótica de la Publicidad	4	0	8	A Y H	COM.	21, 22
55.-	Diseño Gráfico	0	6	6	TECNO- LOGICO	DISENO	
72.-	Televisión III (Producción Educativa y Cultural)	2	4	8	A Y H	COM.	16, 63, 68
73.-	Cine Documental Educativo	2	4	8	A Y H	COM.	64, 69
74.-	Análisis de Contenido de los Mensajes de los Medios Masivos de Comunicación	4	0	8	A Y H	COM.	
T O T A L		16	14	46			

DECIMO SEMESTRE

75.-	Seminario Avanzado en Producción (Asesoría)	3	0	6	A Y H	COM.	
	Síntesis Profesional (Opcional)			15	A Y H	COM.	
	a) Producción Comercial						
	b) Producción Cultural						
	c) Producción Docente						
T O T A L		3	0	21			

TOTAL DE CREDITOS EN LA ESPECIALIDAD 151

TOTAL DE CREDITOS DE LA CARRERA 467

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, PLANTEL LEON,  
DEPTO. DE CIENCIAS HUMANAS,  
LICENCIATURA EN COMUNICACION,

CCC  
AI  
0090

1. DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC,  
Decano: LUIS FERNANDO BREHM CARSTENSEN,  
Domicilio: Apartado Postal 26,  
Ciudad: Leon, Estado: Guanajuato,  
Teléfono: (471) 69898 Ext, 126,  
Nivel: Universitario,  
Carácter: Privada,  
Duración: 4.5 años, Fundación 1981,  
Datos al año 1984: No. de Egresados:  
No. de Profesores: 12  
No. de Matriculados: 17  
Recursos: Físicos: BiGen,  
Técnicos: LabFot, EstGrab.

2. ANTECEDENTES:

"La Lic. en Comunicación en la UIA nace en agosto de 1981 actualmente el grupo más avanzado va a ingresar al 7o. semestre. Se origina como licenciatura no como facultad o escuela debido al modelo de departamentalización que existe en la Universidad. Fundamentalmente tiene la misma estructura que la UIA-México. Pero las diferencias existentes se deben a la necesidad de adecuar el plan de estudios a la región donde se encuentra cada plantel". (FELAFACS 84).

3. CARACTERISTICAS:

La UIA-Unidad León es una institución privada cuya licenciatura en Comunicación es dependiente del Depto. de Ciencias Humanas, y tiene una duración de 9 semestres. Hasta Mayo de 1984 no hay egresados (FELAFACS 84) ... "El estudiante (de esta carrera) elige un subsistema (Comunicación organizacional, radio, T.V., audio visual, literatura, cultura mexicana, filosofía) para cursarlo durante los 3 últimos semestres de su currículo académico" (FELAFACS 84).



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA-PLANTEL GOLFO-CENTRO,  
COORDINACION DE COMUNICACION.

1. DATOS GENERALES:

Decano: Blas Torillo.  
Asociada a: CONEICC.  
Domicilio: Calz. Ignacio Zaragoza No. 284,  
Col. Los Pinos,  
Ciudad: Puebla. Estado: Puebla,  
C. Postal: 72240  
Teléfono: (22) 350222 y 350074.  
Nivel: Universitario.  
Carácter: Privada,  
Requisitos: Trabajo final, Examen final.  
Duración: 4.0 años. Fundación 1983.  
Datos al año 1984: No. de Egresados: 0  
No. de Profesores: 15  
No. de Matriculados: 65  
Recursos: Físicos: BiGen.

2. ANTECEDENTES:

"Con el propósito de extender su labor académica a algunas entidades del interior de la República Mexicana, la UIA, con sede en la Cd. de México y fundada en 1943, inició los estudios regionales a la apertura del Plantel Golfo-Centro en Puebla, Pue., el 16 de abril de 1980. El 10 de agosto de 1983 se dió la apertura oficial de la UIA Golfo-Centro con sede en la Cd. de Puebla. Se abrieron las licenciaturas en: Administración de Empresas, Comunicación, Diseño Gráfico y Relaciones Industriales; con base a las licenciaturas de mayor demanda dentro de la región y según datos arrojados en el estudio realizado.

A partir de esa fecha (agosto de 1983) se abrieron las 4 licenciaturas mencionadas. Los planes de estudio de estas carreras son los mismos que se imparten en la UIA de la Cd. de México, ya que (...) sólo se brinda el reconocimiento académico si se cursan los mismos planes de estudio.

A esta fecha (21 de mayo de 1984) tenemos alumnos que han concluido su primero y segundo semestre e iniciarán el 10. de agosto próximo su tercer semestre. Cabe señalar que el período de inscripción para alumnos de nuevo ingreso es semestral. (FELAFACS 84).

3. CARACTERISTICAS:

La UIA es una institución privada que ofrece la Licenciatura en Comunicación, cuya facultad depende de la Coordinación Académica general se financia por contribución de alumnos y a través del Fomento para Investigación de Educación Superior Golfo Centro, A.C. (FIESGOCEAC); patronato económico de la UIA GOLFO-CENTRO. (FELAFACS 84). NO hay más información.

I.T.E.S.M. CAMPUS OBREGON

DIVISION DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC.  
Decano: Luz Grisel Ramírez B.  
Dirección: Norman E. Borlaug. Km. No.14. A.P. 662.  
Ciudad: Obregón. Estado: Sonora.  
C. Postal: 85000  
Teléfonos: (641)41920, 50227, 50312.  
Fundada el año: 1981.  
Nivel: Universitario.  
Caracter: Privada.  
Requisitos; Otros.  
Duración: 4 años  
Títulos: LCsC  
Datos al año 1985: No.de egresados 0  
No.de profesores 17  
No.de matriculados 52  
Recursos: físicos: BiGen, BiEsp, CenInv.  
técnicos: LabFot, SalRed, SalPro, EstTV, EstGra.

2.- ANTECEDENTES:

- Se inicia en agosto de 1981, como una coordinación de la División de Administración y Ciencias Sociales. Su propósito inicial es: "formar profesionales capaces de administrar el sistema de comunicación de una organización tanto pública como privada".
- Este objetivo se ha ampliado para dar una mayor capacitación y un mejor desarrollo de la capacidad creadora del ser humano, adecuándolo a la región y el medio en que desempeñará su actividad".
- A partir de 1983 surge la Dirección de la Escuela".  
(Encuesta FELAFACS 1984).

3.- PERFIL DEL LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

"Es un profesionista capacitado para administrar el sistema de comunicación de una organización y determinar cual es la información que cada integrante requiere enviar y/o recibir, así como el medio más adecuado. Está además capacitado para participar en el manejo de los medios de comunicación masiva".

4.- OBJETIVO DE LA CARRERA.

- "Tiene como objetivo el de formar profesionistas capaces de dirigir, coordinar o ejecutar actividades que se relacionen con sistemas de comunicación. Tanto internos como externos, en organismos públicos y privados y particularmente - empresas relacionadas con la difusión masiva de la información".
- Areas de Estudio que comprende:
    - Matemáticas: Para analizar estadísticamente los efectos de los medios de comunicación.
    - Lengua y Literatura: Para obtener un dominio adecuado del lenguaje como herramienta básica de la comunicación.
    - Ciencias del Hombre y de la Sociedad: Para estudiar al hombre desde el punto de vista psicológico y de su actuación social.

- Administración: Como adiestramiento en las técnicas administrativas para dar eficacia a la actividad de la comunicación.
- Comunicación: Para enfocar científicamente el esfuerzo del Hombre para relacionarse con su ambiente.
- Medios: Para dar una preparación teorico-práctica que demandan el Cine, la televisión, la radio, la fotografía y la prensa, contando con el equipo necesario para ello.
- Variable de la Comunicación: Teniendo la facilidad de elegir una especialidad como: televisión, periodismo, cine, radio, administración, etc.

5.- AREAS DE TRABAJO:

- Empresa Privada: Como asesores, coordinadores o ejecutivos de programas de comunicación interna, de Relaciones Públicas y Publicidad.
- Sector Público: Específicamente en departamentos de comunicación, relaciones públicas, o prensa en entidades municipales, estatales y federales.
- Medios: Por cualquiera de las variables que se elijan ya sea administración o especialidades (publicistas, periodistas, productores de televisión, Radio, etc.) están capacitadas a ocupar puestos directivos, pues su preparación interdisciplinaria les permite tomar decisiones múltiples y complejas.
- Enseñanza: Con la popularidad de las carreras de Comunicación y de la Información la demanda de maestros con especialidad en dichas áreas seguirá creciendo en los próximos años.
- Práctica Independiente: Integrando Bufetes Interdisciplinarios para dar servicios de asesoría en combinación con urbanistas, sociólogos, licenciados en Ciencias de la Comunidad, etc.

(tomado de un folleto promocional del ITESM-Unidad Noroeste/ Archivo CONEICC).

- 6.- La carrera se cursa en 8 semestres, al término de los cuales se le otorga al alumno título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
- En 1985 egresa la primera generación.
  - Recursos: Cuenta con Biblioteca, Centro de Cálculo, Laboratorios de Radio, Fotografía, Audiovisuales, televisión y un Taller de Prensa; aulas audiovisuales, auditorio, etc.
  - Los alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación editan dos órganos informativos - "Radar" y "Antena-Tec", cuya emisión y difusión es responsabilidad total de ellos.

CCC  
AI  
0090

UNIVERSIDAD VERACRUZANA.  
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNICAS DE LA COMUNICACION

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC.  
Decano: Dámaso Nájera Sánchez  
Dirección: Arista #367 esquina Zaragoza.  
Ciudad: Veracruz Estado: Veracruz  
Fundada el año: 1954  
Nivel: Universitario  
Carácter: Pública  
Requisitos: Trabajo final, Examen final.  
Duración: 4 años  
Títulos: LCsTeC  
Datos al año 1985: No. de egresados 437  
No. de profesores 47  
No. de matriculados 250

Recursos Físicos:  
Técnicos:

2.- ANTECEDENTES.

Se fundó en 1954.

3.- CARACTERISTICAS.

Es una institución pública, la facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación otorgó el título de Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación.

4.- OBJETIVOS: (Objetivos generales del nuevo plan de estudios de la FACYTEC).

Formar profesionales que sean capaces de:

- Apropiarse de los mecanismos sociológicos, científicos, humanísticas y técnicas que les permitan analizar, participar y transformar la práctica de la comunicación social.
- Investigar problemas de la comunicación social.
- Planificar proyectos de comunicación social.
- Coordinar recursos humanos y materiales para la atención de necesidades de comunicación social.
- Producir contenidos de comunicación social.
- Diagnosticar problemas sociales y comunicacionales.
- Identificar las condicionantes históricas, políticas, sociales y económicas de la comunicación social en México y América Latina. (Archivo CONEICC).

5.- PERFIL DEL COMUNICADOR SOCIAL.

"El Lic. en Ciencias y Técnicas de la Comunicación debe ser un profesional formado en la investigación, la planificación, la coordinación y la producción de contenidos de comunicación social.

Deberá ser una persona consciente de las condicionantes sociales económicas, políticas e ideológicas del proceso de la comunicación y de sus propias posibilidades de participación y transformación de la realidad social. Deberá ser un humanista creador e innovador.



Universidd Veracruzana.

Ha de ser un profesional que investigue y contribuya a transformar las condiciones imperantes en el ámbito de la producción, distribución y recepción de los mensajes para beneficio de la colectividad.

Como universitario podrá expresarse verbal y visualmente, mediante las tecnologías apropiadas, a través de cualquier medio de comunicación.

El anterior conjunto de habilidades profesionales se insertan dentro de un proceso de comunicación que debe tender a la ampliación de los cauces democráticos de la sociedad, satisfacer las necesidades de los sectores populares, con una visión crítica e interdisciplinaria de la problemática social (Archivo \_ CONEICC).

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SINALOA.  
Escuela de Ciencias Sociales.  
Coordinación de Ciencias de la Comunicación.

CCC  
AI  
0090

1. DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC,  
Decano: Jorge Figueroa C,  
Domicilio: Av. Ejército Mexicano s/n A.P. 543.  
C. Postal: 82000  
Ciudad: Mazatlán, Estado: Sinaloa,  
Teléfono: 1-32-53  
Nivel: Universitario, No. de Egresados: 80  
Carácter: Pública, No. de Profesores: 15  
No. de Matriculados: 400  
Duración: 5 años.  
Recursos: Físicos: BiGen, Técnicos: LabFot, SalRed, EstTV, EstGra A.M.

2. ANTECEDENTES:

La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación fue creada en 1974 en la Escuela de Ciencias Sociales de la U.A.S. Su estructura académica toma como modelo a la Carrera de Comunicación Colectiva y Periodismo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. (Archivo CONEICC).

3. OBJETIVOS:

Formación de profesionistas para el trabajo científico-investigativo aplicado al estudio de la comunicación humana en sus múltiples dimensiones.

Capacitación de profesionistas en el dominio de la técnica e instrumentos de comunicación para:

- a) promover y difundir los valores culturales de nuestro pueblo y los valores universales, que indennifiquen al hombre como ser genético,
- b) Promover y desarrollar una tecnología alternativa que responda a las necesidades de información de los receptores y emisores en potencia, a partir de una perspectiva global. (Encuesta FELAFACS 1984).

4. CARACTERISTICAS:

La U.A.S. es una institución de carácter público y el total de alumnos inscritos en 1984 fue de 70,000.00. En la Escuela de Ciencias de la Comunicación se matricularon 400 alumnos aproximadamente, la duración total de la carrera es de 5 años y para obtener el grado de Lic. en Ciencias de la Comunicación se requiere realizar una memoria del servicio social donde deben aplicarse los conocimientos de la licenciatura. La Escuela cuenta con un Centro de Investigación. (Encuesta FELAFACS 1984).

## 5. PERFIL DE EGRESADOS:

El profesional en Comunicación es un científico social, con una sólida formación teórico-humanística y capaz de dominar la técnica en la comunicación. Es precisamente en esta dialéctica: humanístico-técnico, donde reside la originalidad y valoración de un profesionista en la comunicación.

Dada la preparación interdisciplinaria que ofrece la carrera en Comunicación, el egresado posee una visión de conjunto de la herencia cultural del hombre y de los fenómenos económicos, políticos y socioculturales que forman su entorno, lo que le permite situarse en el momento histórico actual. Dicha visión de conjunto, contribuye a la sensibilización, objetividad y formación de un espíritu crítico-analítico y creativo, cualidades que el profesionista de la Comunicación debe tener.

Un comunicólogo, sin ser un técnico en el sentido literal de la palabra, es capaz de hacer uso de la técnica como instrumental en la elaboración de sus tareas, que incluyen: la investigación, organización, planeación, producción, realización, difusión de expresión y contenido y evaluación de los mensajes que genera una sociedad, sea cual sea el contexto en que se comunique.

Para que el futuro egresado en Comunicación de la U.A.A. posea las características antes mencionadas el plan de estudios se ha estructurado con duración de 5 años, período a través del cual el alumnos adquirirá una formación teórico-interdisciplinaria, orientada a:

- Concientización de la importancia de las relaciones humanas.
- Obtener un amplio conocimiento de su herencia histórica y cultural.
- La participación en la problemática política, social y económica de México.
- El conocimiento del lenguaje humano y sus orígenes.
- El conocimiento teórico de las diversas corrientes que estudian la comunicación.
- El aprendizaje general de las herramientas técnicas de la Comunicación.
- Introducir al alumno a la investigación en Ciencias Sociales (información obtenida del documento Plan de Estudios (abreviado) sin fecha). Para satisfacer la demanda de la localidad, se complementa el Plan de Estudios con 2 opciones de carrera (ya mencionadas).

## 6. CAMPO DE TRABAJO:

El egresado de la Carrera de Comunicación en Medios Masivos desarrollará en el campo de trabajo las siguientes funciones:

- Investigación.
- Producción de programas en los medios masivos.

- Realización de programas en los medios masivos.
- Evaluación de programas en los medios masivos.
- Dirección de programas en los medios masivos.
- Orientación de la opinión pública.

La Carrera de Comunicación Organizacional ofrece 3 campos diferentes de trabajo de acuerdo a las necesidades reales de la localidad de Aguascalientes:

1. Organizaciones Públicas,

- Trabajo en comunidades rurales,
- Trabajo en pequeñas sociedades y grupos étnicos.
- En el I.N.B.A. y sus dependencias,
- En instituciones de educación superior,
- En dependencias oficiales (S.A.R.H., S.E.P., etc.)
- En organismos paraestatales (BANRURAL, etc.),

2. En organizaciones privadas,

- Trabajo en la industria textil, automotriz, vitivinícola, confección de ropa, etc.
- Trabajo en agencias de publicidad,
- En centros comerciales y bancarios, etc.

3. Trabajo en Consultoría,

- Se puede trabajar en forma independiente sin pertenecer a un organismo determinado.

En general, las funciones a desempeñar por el especialista en esta área son:

- Elaboración de estrategias de comunicación,
- Facilita la información (redacta textos, transmite mensajes),
- Detecta problemas y conflictos en la comunicación,
- Contribuye a las relaciones humanas y públicas,
- Organiza cursos de capacitación y adiestramiento,
- Realiza proyectos y campañas de publicidad y propaganda.
- Elabora sondeos y cuestionarios en investigación, etc. (archivo CONEICC).

3.2 Plan de Estudios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación

<u>Semestre</u>	<u>Clave</u>	<u>Nombre de la Materia</u>	<u>Créditos</u>
PRIMERO	01	Lógica de la Investigación Científica	8
	02	Redacción y Técnicas de Investigación	10
	-	Documental	-
	03	Matemáticas	8
	04	Int. a las teorías de la Comunicación	8
	05	Int. a la Economía Política	8
SEGUNDO	06	Método Dialéctico	8
	07	Estadística I	8
	08	Historia Sociocultural de la Com.	8
	09	Materialismo Histórico	8
	10	Economía Política I.	8
TERCERO	11	Metodología de la Invest. Científica	10
	12	Estadística II.	8
	13	Semiótica	8
	14	Redacción I. (Nota Informativa, Crónica	10
	-	Entrevista (Reportaje).	-
	15	Economía Política II.	8
CUARTO	16	Metodología de la Investigación	10
	-	en Comunicación	-
	17	Comunicación de Masas e Imperialismo	8
	-	Cultural	-
	18	Sociología de la Comunicación	8
	19	Redacción II (Editorial, Artículo	10
	-	de Opinión, Comentario y Crítica).	-
20	América Latina I.	8	
QUINTO	21	Análisis de Contenido	8
	22	Psicología de la Comunicación	8
	23	Redacción III. (Corrección de Estilo)	10
	24	América Latina II.	8
	25	Historia Económica y Social Contemporánea	8
SEXTO	26	Opinión Pública y Propaganda	8
	27	Técnicas de Editorial y de Imprenta	10
	28	Periodismo por Radio	8
	29	Historia Económica y Social de Méx. I.	8
	30	Movimientos Campesinos	8



<u>Semestre</u>	<u>Clave</u>	<u>Nombre de la Materia</u>	<u>Créditos</u>
SEPTIMO	31	Publicidad y Relaciones Públicas	8
	32	Legislación de los Medios de Información en México.	8
	-		-
	33	Periodismo por T.V.	8
	34	Hist. Económica y Social de México II	8
OCTAVO	35	Estética	8
	36	Prensa Comparada	8
	37	Montaje y Realización Cinematográfica	10
	38	Movimientos Obreros	8
NOVENO	39	Sistemas de Información	8
	40	Técnicas de Periodismo Gráfico	8
	41	Diseño del Comic	10
	42	Comunicación Audiovisual	8
DECIMO	43	Seminarios de Investigación	10

*Notas.-*

- 1) La posesión de un idioma (Francés, Inglés o Alemán), es requisito indispensable para ingresar al noveno semestre.
- 2) Total de Créditos de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación: 372
- 3) Número de Horas-Clase por semana: 4.

CCL  
AI  
0090

UNIVERSIDAD DE SONORA.  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA Y CIENCIAS DE LA COMUNICACION  
CARRERA DE COMUNICACION

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Daniel carlos Gutiérrez Rohan  
Dirección: Rosales Esquina Encinas  
Ciudad: Hermosillo, Estado: Sonora.  
C. Postal: 83000  
Teléfono: 62121046 ext. 157.  
Fundada el año: 1982.  
Nivel: Universitario.  
Carácter: Privada  
Requisitos: Trabajo final, examen final.  
Duración: 4 años  
Títulos: LCsCCr.  
Datos al año 1985: No. de egresados 155  
                                  No. de profesores 25  
                                  No. de matriculados 163  
Recursos físicos: BiGen.  
                                  técnicos: LabFot, EstTV, EstGra.

2.- ANTECEDENTES:

El departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación se fundó en abril de 1982 después de un conflicto originado en la Universidad del Noroeste, la creación de estas especialidades obedeció a una situación política más que a una planeación académica.

Las carreras empezaron a funcionar por la misma inercia del plan de estudios implementado en la Universidad del Noroeste inmersas en una identificación profesional, con generaciones de semestres avanzados.

Se implementa un nuevo currículum para dar un sentido propio de acuerdo al perfil de la universidad". (Inf. encuestas FELAFACS, apartado 019 pág. 7 abril 13/1984).

"De 1982 a 1985 se ha trabajado sobre la marcha, con una población estudiantil creciente con el objeto de crear las bases estructurales que permitan el sostenimiento de la carrera, así como de consolidar una planta solvente de profesores, investigadores y una infraestructura mínima para la realización del trabajo.

Cuando la escuela nació, solo había estudiantes. Fue preciso elaborar un nuevo plan de estudios, conseguir aulas, trabajar sin talleres y, sobre todo, comenzar a formar una planta docente profesional".  
(Carta dirigida a Raúl Fuentes, mayo 28/1985 - Archivo CONEICC).

3.- CARACTERISTICAS:

La carrera de ciencias de la Comunicación depende del Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora, la cual es una institución de carácter público. En 1984 contaba con 300 alumnos matriculados y sus fuentes de financiamiento son: subsidio federal y sorteos. No ha habido ningún egresado hasta esta fecha (1984) y el número total de alumnos en la universidad es de 18,500 .

Para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, es necesario realizar y presentar un trabajo final, además de cumplir con el servicio social. (Encuesta FELAFACS 84).

"De la planta de maestros de tiempo completo hay 6 egresados de escuelas de comunicación.

Una de las principales limitaciones de la carrera es lo concerniente a equipo para la producción en medios. Aunque la Universidad posee radiodifusora en AM y Onda Corta y un canal de televisión, no ha sido posible consolidar el - area de talleres".

(Carta dirigida a Raúl Fuentes, pag. 2, mayo 28/1985 - Archivo CONEICC).

**OBJETIVOS:**

"Su objetivo es formar un Licenciado en Ciencias de la Comunicación con la capacidad de analizar científicamente en el marco de las Ciencias Sociales, los fenómenos concretos de la sociedad en la que participa así como de manejar creativamente los medios de comunicación masiva. Se trata de lograr un equilibrio entre su capacidad teórica, de investigación, de planeación y de producción de medios".

(Carta dirigida a Raúl Fuentes, pag. 3, mayo 28/1985 - Archivo CONEICC).

LISTADO DE MATERIAS  
CIENCIAS DE LA COMUNICACION  
PLAN 85-2

CLAVE	M A T E R I A	HORAS		CRED.	REQ.
		T	P		
I SEMESTRE					
1376	Formación Social Mexicana I	4	0	08	---
4240	Metodología de las Ciencias Sociales I	4	0	08	---
1378	Economía Política I	4	0	08	---
4241	Desarrollo de la Comunicación en México I	4	0	08	---
4242	Taller de Prensa I	2	2	06	---
1381	Taller de Fotografía I	2	2	06	---
II SEMESTRE					
1382	Formación Social Mexicana II	4	0	08	1376
4243	Metodología de las Ciencias Sociales II	4	0	08	4240
1384	Economía Política II	4	0	08	1378
4244	Desarrollo de la Comunicación en México II	4	0	08	4241
4245	Taller de Prensa II	2	2	06	4242
1387	Taller de Fotografía II	2	2	06	1381
III SEMESTRE					
4246	Historia Regional I	4	0	08	1382
4247	Teoría Social	4	0	08	4243
4348	Historia Mundial Contemporánea	4	0	08	1382
4249	Sociología de la Comunicación I	4	0	08	4244
4250	Taller de Radio I	2	2	06	4245
1391	Matemáticas	4	0	08	---
IV SEMESTRE					
4251	Historia Regional II	4	0	08	4246
4252	Sociología de la Comunicación II	4	0	08	4244
4253	Corrientes Científicas de la Comunicación	4	0	08	4247
4254	Ideología y Comunicación I	4	0	08	---
4255	Taller de Radio II	2	2	06	4250
4256	Estadística aplicada a las Ciencias Sociales I	4	0	08	1391

CLAVE	M A T E R I A	HORAS T - P	CRED.	REQ.
V SEMESTRE				
4257	Sociología de la Comunicación III	4 - 0	08	4252
4258	Corrientes Científicas de la Comunicación II	4 - 0	08	4253
4259	Ideología y Comunicación II	4 - 0	08	4254
4260	Taller de Cine I	2 - 2	06	4255
4261	Estadística Aplicada a las Ciencias Sociales II	4 - 0	08	4256
	Optativa			

VI SEMESTRE

4262	Cultura y Comunicación I	4 - 0	08	4259
4263	Comunicación y Educación	4 - 0	08	4257
4264	Comunicación y Contexto Internacional	4 - 0	08	4248
4265	Taller de Cine II	2 - 2	06	4260
	Optativa			

VII SEMESTRE

4266	Cultura y Comunicación II	4 - 0	08	4262
4267	Seminario de Investigación Regional I	3 - 3	09	220 Cré.
4268	Taller de Televisión I	2 - 2	06	4263
	Optativa			
	Optativa			

VIII SEMESTRE

4269	Seminario de Investigación Regional II	3 - 3	09	4267
4270	Taller de Televisión II	2 - 2	06	4268
	Optativa			
	Optativa			

IX SEMESTRE

4271	Seminario de Tesis	4 - 4	12	4269
4272	Taller de Producción	4 - 4	12	4270

O B S E R V A C I O N E S :

Para que el alumno se considere Pasante de la carrera de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, deberá cubrir un mínimo de 360 créditos de los cuales corresponden:

- 312 créditos a materias obligatorias
- 48 Créditos a materias optativas.



CCC  
AI  
0090

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC.  
Decano: Luz Grisela Ramírez B.  
Dirección: Norman E. Borlaug. Km. No.14. A.P. 662.  
Ciudad: Obregón. Estado: Sonora.  
C. Postal: 85000  
Teléfonos: (641)41920, 50227, 50312.  
Fundada el año: 1981.  
Nivel: Universitario.  
Caracter: Privada.  
Requisitos: Otros.  
Duración: 4 años  
Títulos: LCsC  
Datos al año 1985: No.de egresados 0  
No.de profesores 17  
No.de matriculados 52  
Recursos: físicos: BiGen, BiEsp, CenInv.  
técnicos: LabFot, SalRed, SalPro, EstTV, EstGra.

2.- ANTECEDENTES:

- Se inicia en agosto de 1981, como una coordinación de la División de Administración y Ciencias Sociales. Su propósito inicial es: "formar profesionales capaces de administrar el sistema de comunicación de una organización tanto pública como privada".
- Este objetivo se ha ampliado para dar una mayor capacitación y un mejor desarrollo de la capacidad creadora del ser humano, adecuándolo a la región y el medio en que desempeñará su actividad".
- A partir de 1983 surge la Dirección de la Escuela".  
(Encuesta FELAFACS 1984).

3.- PERFIL DEL LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

"Es un profesionista capacitado para administrar el sistema de comunicación de una organización y determinar cual es la información que cada integrante requiere enviar y/o recibir, así como el medio más adecuado. Está además capacitado para participar en el manejo de los medios de comunicación masiva".

4.- OBJETIVO DE LA CARRERA.

"Tiene como objetivo el de formar profesionistas capaces de dirigir, coordinar o ejecutar actividades que se relacionen con sistemas de comunicación. Tanto internos como externos, en organismos públicos y privados y particularmente - empresas relacionadas con la difusión masiva de la información".

-Areas de Estudio que comprende:

- Matemáticas: Para analizar estadísticamente los efectos de los medios de comunicación.
- Lengua y Literatura: Para obtener un dominio adecuado del lenguaje como herramienta básica de la comunicación.
- Ciencias del Hombre y de la Sociedad: Para estudiar al hombre desde el punto de vista psicológico y de su actuación social.

- Administración: Como adiestramiento en las técnicas administrativas para dar eficacia a la actividad de la comunicación.
- Comunicación: Para enfocar científicamente el esfuerzo del Hombre para relacionarse con su ambiente.
- Medios: Para dar una preparación teórico-práctica que demandan el Cine, la televisión, la radio, la fotografía y la prensa, contando con el equipo necesario para ello.
- Variable de la Comunicación: Teniendo la facilidad de elegir una especialidad como: televisión, periodismo, cine, radio, administración, etc.

#### 5.- AREAS DE TRABAJO:

- Empresa Privada: Como asesores, coordinadores o ejecutivos de programas de comunicación interna, de Relaciones Públicas y Publicidad.
- Sector Público: Específicamente en departamentos de comunicación, relaciones públicas, o prensa en entidades municipales, estatales y federales.
- Medios: Por cualquiera de las variables que se elijan ya sea administración o especialidades (publicistas, periodistas, productores de televisión, Radio, etc.) están capacitadas a ocupar puestos directivos, pues su preparación interdisciplinaria les permite tomar decisiones múltiples y complejas.
- Enseñanza: Con la popularidad de las carreras de Comunicación y de la Información la demanda de maestros con especialidad en dichas áreas seguirá creciendo en los próximos años.
- Práctica Independiente: Integrando Bufetes Interdisciplinarios para dar servicios de asesoría en combinación con urbanistas, sociólogos, licenciados en Ciencias de la Comunidad, etc.

(tomado de un folleto promocional del ITESM-Unidad Noroeste/ Archivo CONEICC).

- 6.- La carrera se cursa en 8 semestres, al término de los cuales se le otorga al alumno título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
  - En 1985 egresa la primera generación.
  - Recursos: Cuenta con Biblioteca, Centro de Cálculo, Laboratorios de Radio, Fotografía, Audiovisuales, televisión y un Taller de Prensa; aulas audiovisuales, auditorio, etc.
  - Los alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación editan dos órganos informativos - "Radar" y "Antena-Tec", cuya emisión y difusión es responsabilidad total de ellos.

ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL DE SINALOA

CCC

AI

0090

1.- DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC  
Decano: Ma. Teresa Zazueta Zazueta  
Domicilio: Dirección: Riva Palacio, No. 684 Norte.  
Ciudad: Culiacán. Estado: Sinaloa.  
C. Postal: 80000  
Teléfono: (671) 35892  
Fundada el año: 1977  
Nivel: Universitario.  
Caracter: Privada.  
Requisitos: trabajo final. Examen final.  
Duración: 4 años  
Títulos: TMeCS, ePe, eRPe, ePl.  
Datos al año: 1,985  
No. de egresados: 58  
No. de profesores 30  
No. de matriculados 177  
Recursos: Físicos: BiGen  
Técnicos: LabFot.

2.- ANTECEDENTES:

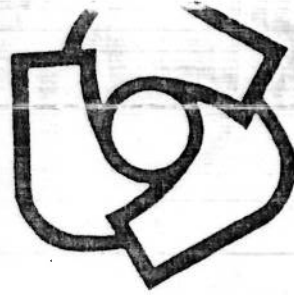
Se fundó en septiembre de 1977 y tuvo como objetivos iniciales "preparar gente que laborara en los medios regionales con un sentido social de cambio en la región". El programa de estudios inicial se basa en un estudio solicitado por la Asociación de Periodistas de Sinaloa. Se tomaron en cuenta las necesidades de todos los medios regionales y se analizaron los planes de estudio vigentes en el país.

3.- CARACTERISTICAS:

La Carrera cuenta con las especialidades: Periodismo, Relaciones Públicas, y Publicidad. Además, existe el area de Técnico en Medios de Comunicación Social. Después de un tronco común de cuatro semestres, en los siguientes cuatro restantes se imparten las materias básicas y las de especialización por la que el alumno opta (Encuesta FELAFACS 1984).

4.- OBJETIVOS:

Considerando que el ejercicio profesional de la carrera que los alumnos cursan en nuestra institución no se fundamentan unicamente en las disciplinas científicas y técnicas, sino que la comunicación social trasciende toda la vida y actividad humana se pugna por preparar integralmente a los futuros comunicadores, capacitándolos para desarrollarse y actuar dentro del ámbito social con sentido de la realidad y perspectivas innovadoras abiertas al futuro". (Información extraída del documento "Datos generales de la escuela" sin fecha, archivo CONEICC).



Clave 2501170



Escuela Dis.  
"COMUNICACION SOCIAL"  
Clave: 2501170  
Culiacán, Clá., Sin.

## Escuela de Comunicación Social

PLAN DE ESTUDIO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL,  
con tronco común y especialidades en Periodismo, Publicidad  
y Relaciones Públicas. 8 semestres.

### PRIMER SEMESTRE :

A la semana:

### TERCER SEMESTRE:

Teoría de la Comunicación (I)	3 horas
Redacción periodística (I)	3 "
Antropología cultural	3 "
Metodología de la investigación (I)	3 "
Inglés (I)	3 "
Fotografía (I)	2 "
Introducción a la publicidad	2 "
Laboratorio de medios	1 "

Periodismo en Radio, Prensa y TV.	3 hrs
Historia de la cultura (Literatura y Música)	3 "
Sociología de la comunicación	3 "
Diseño gráfico.	3 "
Relaciones humanas	3 "
Inglés (III)	3 "
Laboratorio y práctica en medios.	2 "

### Seminarios:

Total

-Historia del periodismo	10 "
-Campana Publicitaria	10 "

### Seminarios:

Total

Proceso de producción de audio-visuales	10 "
---	------

### SEGUNDO SEMESTRE :

### CUARTO SEMESTRE:

Teoría de la comunicación (II)	3 "
Redacción periodística (II)	3 "
Historia de la cultura	3 "
Metodología de la investigación (II)	3 "
Teoría del periodismo	3 "
Inglés (II)	3 "
Fotografía (II)	2 "
Laboratorio de medios (II)	1 "

Recursos de expresión oral	2 hrs
Técnica de Relaciones Públicas	3 "
Psicología de la comunicación	3 "
Introducción al estudio del Derecho	3 "
Teoría Económica	3 "
Inglés (IV)	3 "
Periodismo científico,	3 "
Filosofía	3 "

### Seminario :

Total

Comunicación, Opinión Pública y Relaciones Públicas.	10 "
--	------

### Seminarios:

Total

Los medios masivos de comunicación.	10 "
Artes gráficas (formato en prensa)	10 "

Periodismo · Publicidad · Relaciones Públicas

Riva Palacio 684 norte. Culiacán, Sinaloa, México. Teléfono 358 29



Clave 2501170



Plan de estudios Lic. (hoja 2)

Escuela Dis.  
"COMUNICACION SOCIAL"  
Clave: 2501170  
Culiacán, Cln., Sin.

## Escuela de Comunicación Social

### QUINTO SEMESTRE :

A la semana :

Psicología social.	3 horas.
Matemáticas aplicadas	3 "
Comunicación audiovisual.	3 "
Filosofía de la comunicación	3 "
Linguística y semiótica	2 "
Inglés (V)	3 "

<u>Seminarios para las tres especialidades :</u>	<b>Total</b>
-Derecho positivo mexicano	10 hr
-Problemática nacional y latinoamericana	10 "

### SEPTIMO SEMESTRE :

#### ESPECIALIDADES:

##### 1) Publicidad:

-Técnica de redacción publicitaria 3"

##### 2) Relaciones Públicas:

-Relaciones públicas internas 3 "

##### 3) Periodismo:

-Periodismo informativo 3 "  
(crónica, entrevista y reportaje).

#### Seminario para las tres especialidades:

-Medios publicitarios aplicados	10 "
-Dirección y actuación	10 "
en total.	

### SEXTO SEMESTRE:

Estadística y computación	3 "
Historia de las doctrinas económicas	3 "
Lit. mexicana y latinoamericana	3 "
Inglés (VI)	3 "
Prácticas especialidad	2 "

#### ESPECIALIDADES:

##### 1) Publicidad:

-Diseño y análisis del mensaje 3 "

##### 2) RR.PP:

-Comunicación interpersonal 3 "

##### 3) Periodismo:

-Periodismo interpretativo 3 "  
(editorial, artículo y columna)

Ideas contemporáneas	3 "
Contabilidad aplicada	3 "
Difusión o Inv. de innovaciones	3 "
Etica profesional.	3 "
Inglés (VII p/Period. y Publicidad)	3 "
Francés (p/ RR.PP.)	3 "

#### ESPECIALIDADES:

##### 1) Publicidad:

-Efectos psico-sociales de la publicidad.	3 "
-Producción y guionismo	2 "

##### 2) Relaciones Públicas:

-Administración de Recursos Humanos.	3 "
-Organización de eventos socioculturales.	2 "

##### 3) Periodismo:

-Taller de redacción y estilo	3 "
-Prensa comparada	2 "

#### Seminario para las tres especialidades: **Total**

- Régimen jurídico de los medios	10 "
- Legislación y organización internacional de las comunicaciones.	10 "

Periodismo · Publicidad · Relaciones Públicas

Riva Palacio 684 norte. Culiacán, Sinaloa, México. Teléfono 358 29



Plan de estudios Lic. (hoja 3 )

Clave 2501170

Escuela Dis.  
"COMUNICACION SOCIAL"  
Clave: 2501170  
Culiacán, Cln., Sin.

## Escuela de Comunicación Social

### VIII SEMESTRE:

### A la semana:

Teoría y crítica estética	3 horas.
Historia de México contemporáneo	3 "
Administración.	3 "
Dirección de mercadotecnia	3 "
Inglés o Francés (según especialidad)	3 "

### ESPECIALIDADES :

1) <u>Publicidad:</u>	- Propaganda y publicidad institucional	3 horas
	- Laboratorio de Publicidad en radio y TV.	2 "
2) <u>Relaciones Públicas:</u>	- Temas contemporáneos de aplicación práctica general.	3 "
	- El profesional de las Relaciones Públicas.	2 "
3) <u>Periodismo:</u>	- Geopolítica de la información	3 "
	- Laboratorio de periodismo.	2 "
<u>SEMINARIOS:</u>	- Urbanidad, protocolo y ceremonial	10 " en total
	- El Estado y las Relaciones Públicas	10 " en total.

Nota: Conforme a la Ley, se tendrá que hacer el Servicio Social, así como también - la elaboración de tesis.

### INFORMACION GENERAL.

Carrera: LICENCIADO EN COMUNICACION SOCIAL, con especialidad en Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas en cuatro años, con prácticas y servicio social. Previo bachillerato o equivalente.

Requisitos: - Certificado de preparatoria y dos copias  
- Acta de nacimiento y dos copias  
- carta de buena conducta o de recomendación (reciente)  
- seis fotografías tamaño infantil  
- aprobar examen de admisión.

Nota: La presentación de estos documentos es indispensable para inscribirse.

Periodismo · Publicidad · Relaciones Públicas

Riva Palacio 684 norte. Culiacán, Sinaloa, México. Teléfono 358 29



UNIVERSIDAD DEL NOROESTE.  
Departamento de Ciencias de la Comunicación.

CCC  
AI  
0090

1.- DATOS GENERALES.

Asociada a: CONEICC  
Decano: Abelardo Ortiz Garza  
Dirección: Serdán No. 14, Oriente. A.P. 757.  
Ciudad: Hermosillo. Estado: Sonora.  
Teléfonos: 62124445  
Fundada el año: 1974  
Nivel: Universitario.  
Caracter: Privada.  
Requisitos: Trabajo final, Examen final.  
Otros.  
Duración: 4 años  
Títulos: LCsC  
Datos al año 1985: No. de egresados 6  
No. de profesores 11  
No. de matriculados 64  
Recursos Físicos: BiGen  
Técnicos: LabFot, SalPro, EstGra.

2.- OBJETIVO GENERAL DE LA CARRERA.

Formar profesionales que comprendan, investiguen, participen y practiquen la comunicación en todas sus formas, entendiéndola como instrumento teórico para estudiar, interpretar y entender los mecanismos de transformación de la Sociedad.

La carrera se fundó en 1974.

3.- OBJETIVOS GENERALES.

- 1) Lograr que el Licenciado en Ciencias de la Comunicación conozca profundamente todos los signos y señales del proceso comunicativo, para manejarlos en la elaboración y transmisión de mensajes.
- 2) Capacitar al Licenciado en Ciencias de la Comunicación para crear nuevas formas de comunicación y renovar las existentes, en un intento de resolver los problemas que produce la continua desintegración de la comunidad humana.
- 3) Impulsar en todos los niveles comunicacionales una organización científica de la comunicación humana como una mejor manera de planificar la convivencia social.

4.- OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 1) Lograr un profesionista que maneje habilmente las distintas formas de expresión, en especial, la oral, escrita y gráfica.
- 2) Desarrollar en el Licenciado en Ciencias de la Comunicación las habilidades persuasivas.
- 3) Promover en el estudiante una personalidad creativa, sensible, imaginativa y teórica.
- 4) Generar en el comunicólogo el espíritu científico que lo lleve a ser objetivo y metódico en el análisis de la realidad en que vive.
- 5) Producir un profesional conocedor profundo de las posibilidades y recursos de los actuales medios masivos de difusión.

Universidad del Noroeste.

- 6) Abrir nuevos campos para el comunicador, como son: la Comunicación Organizacional (sector privado, público e instituciones), la Comunicación Familiar, interpersonal, grupal, Rural, Política e Internacional).  
(Archivo CONEICC).

5.- CARACTERISTICAS:

La Universidad del Noroeste es una institución privada que ofrece la - Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en cuatro y medio años. Dicha Facultad es independiente dentro de la estructura interna de la Institución. Hasta abril de 1984, el número de egresados es de 6 sin que ninguno sea graduado.

PLAN DE ESTUDIOS PARA LA LICENCIATURA EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACION EN LA UNIVERSIDAD DEL NOROESTE.

<u>PRIMER SEMESTRE</u>	H/S	C	REQUER.
1.1 CONOCIMIENTO CIENTIFICO	3	6	Bachiller.
1.2 INTROD. A LA ADMINISTRACION	4	8	"
1.3 PSICOLOGIA SOCIAL	3	6	"
1.4 SOCIOLOGIA I	3	6	"
1.5 FILOSOFIA I	3	6	"
1.6 VISUALIZACION	3	6	"
1.7 COMUNICACION ESCRITA I	3	6	"
1.8 COMUNICACION NO VERBAL Y SENSIBILIZACION.	3	3	"
	<u>25</u>	<u>47</u>	

SEGUNDO SEMESTRE

2.1 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION I	3	6	1.1
2.2 MERCADOTECNIA	3	6	1.2
2.3 SOCIOLOGIA I	4	8	1.4
2.4 FILOSOFIA II	3	6	1.5
2.5 MATEMATICAS	4	8	
2.6 COMUNICACION ESCRITA II	4	8	1.7
2.7 COMUNICACION GRAFICA I	4	4	1.6.
	<u>25</u>	<u>46</u>	

TERCER SEMESTRE

3.1 ESTADISTICA I	3	6	2.5
3.2 TEORIA DE LA COMUNICACION	3	6	
3.3 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION II	3	6	2.1
3.4 MEXICO, ECONOMIA, POLITICA Y SOCIEDAD.	4	8	2.3
3.5 MEDIOS DE COMUNICACION	3	6	-
3.6 COMUNICACION INTERPERSONAL Y GRUPAL I	3	3	-
3.7 COMUNICACION GRAFICA II	3	6	2.7
3.8 TALLER DE FOTOGRAFIA I	3	3	(1.6)
	<u>25</u>	<u>44</u>	

CUARTO SEMESTRE

	H/S	C	REQUERIM.
4.1 TEORIA DE LA COMUNICACION II	3	6	3.2
4.2 ESTADISTICA II	3	6	3.1
4.3 LENGUAJES DE LA COMUNICACION I	3	6	3.2
4.4 EXPRESION ORAL I	4	8	-
4.5 TALLER DE PERIODISMO I	4	8	2.6
4.6 TALLER DE FOTOGRAFIA II	4	4	3.8
4.7 COMUNICACION INTERPERSONAL Y GRUPAL II	4	4	3.6
	<u>25</u>	<u>42</u>	

QUINTO SEMESTRE

5.1 LENGUAJES DE LA COMUNICACION II	4	8	4.3
5.2 PUBLICIDAD I	3	6	1.6
5.3 INVESTIGACION DE LA COMUNICACION	4	8	4.2
5.4 EXPRESION CRAL II	3	6	4.4
5.5 TALLER DE PERIODISMO II	4	8	4.5
5.6 TALLER DE RADIO I	4	4	3.5
5.7 TALLER DE CINE I	3	3	3.5
	<u>25</u>	<u>43</u>	

SEXTO SEMESTRE

6.1 PUBLICIDAD II	3	6	5.2
6.2 LENGUAJES DE LA COMUNICACION III	4	8	5.1
6.3 RELACIONES PUBLICAS I	3	6	4.7
6.4 COMUNICACION ORGANIZACIONAL I	3	6	-
6.5 TALLER DE CINE Y TEATRO II	4	4	5.7
6.6 TALLER DE RADIO II	4	4	5.6
6.7 TALLER DE TELEVISION I	4	4	6.2
	<u>25</u>	<u>38</u>	

SEPTIMO SEMESTRE

	H/S	C	REQUERIM.
7.1 RELACIONES PUBLICAS	3	6	6.3
7.2 COMUNICACION ORGANIZACIONAL	4	8	6.4
7.3 SEMINARIO DE COMUNICACION INTERNACIONAL	3	6	3.2
7.4 COMUNICACION PARA EL DESARROLLO	4	8	3.4
7.5 SEMINARIO DE COMUN. INTERCULTURAL	4	8	4.1
7.6 SEMINARIO DE COMUNICACION POLITICA	3	6	4.1, 2.3
7.7 TALLER DE TV. II	4	4	6.7
	<u>25</u>	<u>46</u>	

OCTAVO SEMESTRE

- 8.1 PUBLICIDAD Y MEDIOS
- 8.2 COMUNICACION PARA EL DESARROLLO Y MEDIOS
- 8.3 COMUNICACION EDUCATIVA Y MEDIO
- 8.4 COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y MEDIOS
- 8.5 COMUNICACION POLITICA Y MEDIOS
- 8.6 COMUNICACION INTERPERSONAL

NOTA: El alumno en este Semestre eligirá uno de estos temas de Comunicación y en subgrupo trabajará con un medio de Comunicación elegido previamente.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA-XOCHIMILCO.  
DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES.  
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

CCL  
AI  
0090

1. DATOS GENERALES:

Asociada a: CONEICC.  
Decano: Ma. del Carmen de la Peza Casares.  
Domicilio: Calz. del Hueso No. 1100 y Canal Nacional.  
Teléfono: Ciudad: México, Distrito Federal, C.P. 04960  
(5) 594-78-33 Ext. 162  
Nivel: Universitario. No. de Egresados: 609  
Carácter: Pública. No. de Profesores: 69  
Duración: 5 años. Fundación 1974. No. de Matriculados: 800  
Recursos: Físicos: BiGen.  
Requisitos: Técnicos: LabFot, EstTV, EstGra,  
Trabajo final, examen final.

2. ANTECEDENTES:

Se fundó en 1974.

3. CARACTERISTICAS:

La Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco es una institución de carácter público. La Carrera de Ciencias de la Comunicación pertenece a la División de Ciencias Sociales y Humanidades, la carrera se divide en períodos trimestrales, las fuentes de financiamiento son ayudas estatales, número de egresados de la facultad es de 609, y de graduados 281, el 58,5% de los egresados se dedican a la utilización de los medios, la facultad cuenta con Centro de Documentación y de investigación propios, para obtener el título de Lic. en Ciencias de la Comunicación es necesario un trabajo final y un trabajo práctico (producción), no es necesaria la elaboración de una tesis y un examen profesional, debido a que en el Sistema Modular el alumno aprende investigando, (Archivo CONEICC y encuesta FELAFACS 1984).

4. OBJETIVOS DE LA CARRERA:

"Formar profesionales capaces de elaborar políticas y estrategias de la Comunicación referidas a las necesidades e intereses de las mayorías sociales de nuestro País, fundamentadas así mismo en los valores que fomenten la Cultura Nacional.  
Orientar la carrera con una visión interdisciplinaria para capacitar al egresado, tanto en la localización de las condiciones reales socioculturales de la comunidad para la cual va a realizar su trabajo, así como en el manejo de técnicas y lenguajes, adecuados a los objetivos trazados según el momento histórico en el que la actividad de la Comunicación se sitúa", (Archivo CONEICC).



## 5. CAMPO DE TRABAJO:

Las oficinas de difusión, comunicación y/o información, en instituciones públicas y privadas, y organismos internacionales, en educación, salud, desarrollo rural, política, etc.

Debido a lo novedoso de este campo, universidades e institutos de investigación requieren docentes e investigadores en Comunicación,

Los medios masivos de comunicación necesitan planificadores, directores y productores de mensajes, en las ciudades de provincia y en el medio rural. (Archivo --- CONEICC).

## PLAN DE ESTUDIOS

*La estructura académica es diferente a la de otras universidades.*

### TRONCO GENERAL (1 año, 3 módulos)

#### TRONCO INTERDIVISIONAL

1er. Trimestre.  
"Conocimiento y Sociedad"

Lo cursan alumnos de todas las carreras.

#### TRONCO DIVISIONAL

2o. Trimestre.  
"Historia y Sociedad"

3er. Trimestre.  
"México: Economía Política y Sociedad"

Los cursan alumnos de todas las carreras de la División de Ciencias Sociales y Humanidades.

A partir del Tronco Divisional se desarrolla un taller de Matemáticas y Estadística que apoya la formación metodológica y técnica del futuro profesional.

### TRONCO BASICO PROFESIONAL (2 años, 6 módulos)

4o. Trimestre.  
"Comunicación, Ideología y Sociedad"  
Taller de Fotografía.

5o. Trimestre.  
"Comunicación y Clases Sociales".  
Taller de Diseño Gráfico.

6o. Trimestre.  
"Comunicación y Cambio Social".  
Taller de Radio.

7o. Trimestre.  
"Lenguajes de la Comunicación Social".  
Taller de Periodismo.

8o. Trimestre.  
"Discurso, Código, Signo y Significado".  
Taller de Cine.

9o. Trimestre.  
"Semiología de la Comunicación".  
Taller de Televisión.

### AREA DE CONCENTRACION (1 año, 3 módulos)

Comunicación Social.

10o., 11o. y 12o. Trimestres.  
"Comunicación como Educación" (I, II y III).