

CCC
AI
0096

FEDERACION LATINOAMERICANA DE ASOCIACIONES DE FACULTADES DE
COMUNICACION SOCIAL

INFORMACION BASICA SOBRE LAS FACULTADES

País MEXICO

Ciudad MAZATLAN, Sinaloa.

Nombre de la Institución (universidad, Instituto Superior, etc.)
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SINALOA

Nombre de la Facultad (Escuela, departamento, carrera, etc.)
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES (Licenciatura de CIENCIAS DE LA COMUNICACION)

Domicilio APARTADO POSTAL 543 CP 82000

Tel. _____

Nombre del decano (Director, coordinador, responsable)

DIRECTOR: MS. Humberto Macías; COORDINADOR: MCC. José Luis Beraud L.

Título que otorga la facultad
Licenciatura

Año de Fundación
1974

Escolaridad previa para ingreso
Preparatoria o su equivalente

Número de alumnos inscritos en 1982 80 ochenta Número de egresados desde su fundación 15

-¿Tiene cursos de posgrado?
Maestría () temporales ()
doctorado () permanentes ()
no (x)

-¿A qué Asociaciones nacionales e internacionales pertenece su facultad?
XXXXX

Favor de anexar el plan de estudios y cualquier otro material con-
información sobre su facultad.

FEDERACION LATINOAMERICANA DE ASOCIACIONES DE FACULTADES DE
COMUNICACION SOCIAL

INFORMACION BASICA SOBRE LAS FACULTADES

País MEXICO

Ciudad MAZATLAN, Sinaloa.

Nombre de la Institución (universidad, Instituto Superior, etc.)
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SINALOA

Nombre de la Facultad (Escuela, departamento, carrera, etc.)
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES (Licenciatura de CIENCIAS DE LA COMUNICACION)

Domicilio APARTADO POSTAL 543 CP 82000 Tel. _____

Nombre del decano (Director, coordinador, responsable)
DIRECTOR: MS. Humberto Macías; COORDINADOR: MCC. José Luis Beraud L.

Título que otorga la facultad
Licenciatura

Año de Fundación
1974

Escolaridad previa para ingreso
Preparatoria o su equivalente

Número de alumnos inscritos en 1982 80 ochenta Número de egresados desde su fundación 15

-¿Tiene cursos de posgrado?

Maestría	()	temporales	()
doctorado	()	permanentes	()
no	(x)		

-¿A qué Asociaciones nacionales e internacionales pertenece su facultad?
XXXXX

Favor de anexar el plan de estudios y cualquier otro material con información sobre su facultad.

DOMINIO DE LA TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE LA COMUNICACION PARA:

- a.- Promover y difundir los valores autorales de nuestro pueblo y los valores universales, que identifican al hombre como ser genérico.
- 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.

5.- Actualmente está por desarrollarse un foro en el que está contemplada la revisión y actualización del plan de estudios vigente.

III. RECURSOS HUMANOS

023 Número total de profesores de la Facultad: 16

024 Tipo de formación de los docentes (señale el número de docentes para cada una de las categorías):

Abreviaturas

- C. Comunicador
- S. Sociólogo
- Ps. Psicólogo
- L. Literato
- F. Filósofo
- Li. Linguista
- P. Periodista
- Rp. Relacionista
- Pu. Publicista
- R. Especialista en Radio
- T.V. Especialista en T.V.
- Ci. Especialista en Cine
- A. Especialista en Audiovisuales.
- O. Otros

Tipo de formación \ Nivel de formación	C	S	Ps	L	F	Li	Rp	Pu	R	T.V.	Ci	A	P	O
Doctorado (P.H.D.)														
Maestría (Maestrado o Magister)	1													
Licenciatura (Bachillerato)	5	4	1		1						1	1		3
Otros (Cuales)														

025 Dedicación de los docentes, puede ser en horas de clase o de investigación (señale el número de docentes):

- Docentes que trabajan en su Facultad 8 horas diarias: _____
- 6 horas diarias: 7
- 4 horas diarias: 2
- 2 horas diarias: 2
- Menos de 2 horas diarias: 0

IV. RECURSOS FISICOS

026 Su Facultad dispone de Biblioteca General?

SI NO _____

027 Su Facultad dispone de Biblioteca Especializada en Comunicación?

SI ____ NO

028 Existe en su Facultad un Centro de Documentación?

SI ____ NO

029 Existe en su Facultad un Centro de Investigación?

SI NO ____

030 Marque con una X los equipos que están a disposición de su Facultad y especifique si estos dependen directamente de la Facultad de Comunicación o si son manejados por otra dependencia de la Institución; no incluya equipos pertenecientes a otras entidades:

MEDIOS	EQUIPOS	DEPENDEN DE	
		LA FACULTAD	OTRA DEPENDENCIA DE LA UNIVERSIDAD
Impresos (Prensa)	Imprenta		<input checked="" type="checkbox"/>
	Mimeógrafo	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Offset		<input checked="" type="checkbox"/>
	Sala de diagramación.		<input checked="" type="checkbox"/>
	Sala de Redacción.		<input checked="" type="checkbox"/>
	Máquinas de escribir.	<input checked="" type="checkbox"/>	
T.V.	Estudio de T.V.		<input checked="" type="checkbox"/>
	T.V. Blanco/negro.		<input checked="" type="checkbox"/>
	T.V. Color		<input checked="" type="checkbox"/>
	Grabadora de Video.		<input checked="" type="checkbox"/>
	1 pulgada.		
	1/2 pulgada.		
	1/4 pulgada.		
	Editora		<input checked="" type="checkbox"/>
Fotografía	Laboratorio	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Amplidora	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Blanco/negro	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Amplidora Color		
	Cámaras	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Iluminación		

MEDIOS	EQUIPOS	DEPENDEN DE	
		LA FACULTAD	OTRA DEPENDENCIA DE LA UNIVERSIDAD
Audiovisuales	Proyector diapositivas	X	
	Sincronizador		X
	Disciver		X
	Sala de proyecciones.		X
Radio	Emisora A.M.		X
	Emisora F.M.		
	Estudio de Grabación		X
	Grabadoras portátiles.	X	
Especifique la potencia en KW de su emisora(s):			10.
Cine	Cameras 35 mm		
	Cámaras 16 mm.		
	Cámaras 8 mm.	X	
	(Super 8).	X	
Otros Equipos	Editora		
	Empalmadora		
	Sala de proyecciones.		
	Proyector 35 mm.		
	Proyector 16 mm.	X	
	Proyector 8 mm.	X	
	(Super 8)	X	
Iluminación			

V. PLAN DE ESTUDIOS

031 El siguiente cuadro debe ser llenado teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

- Escriba las asignaturas que se dictan durante toda la carrera.
- Al lado de cada una, mencione el número de horas de clase semanal, incluyendo tanto las clases teóricas como las prácticas (laboratorios, talleres, etc.).
- Si el plan de estudios posee alguna división de orden temático, señálelo con líneas horizontales que separen los grupos (ejemplo: Area de Cultura General, Area de Investigación, Area de Expresión, etc.).
- Anote mínimo tres textos que preferentemente se exijan como lecturas en cada asignatura (título y autor)

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
Redacción	Redacción I -nota informativa, crónica, entrevista, reportaje.	4			
	Redacción II -editorial, artículo de opinión, comen- tario y crítica.	4			
	Redacción III, -corrección de estilo.	4			
	Técnicas de editorial y de imprenta.	4			

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
Metodología de la investigación	Lógica de la Investigación científica	4			
	Redacción y técnicas de investigación documental.	4			
	matemáticas	4			

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
Metod. de la Investigación	Método dialéctico	4			
	Estadística I	4			
	Metod. de la INV. científica.	4			
	Estadística II	4			
	Metod. de la INV. en comunic.	4			

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
Metod. de la investigación	Análisis de contenido.	4			
	Sistemas de información	4			
	Seminario de investigación.	4			

CUADRO SOLI.E EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materiales (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
teorías de la comunicación	Int. a las teorías de la comunicación	4			
	Historia Sociocult. de la comunica- ción.	4			
	semiótica	4			
	comunicación de masas e imperialismo cultural.	4			

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
teoría de la comunicación	sociología de la comunicación				
	Psicología de la comunicación				
	opinión pública y propaganda.				
	publicidad y Relaciones Públicas.				



CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
<p>temas de la comunicación</p>	<p>legislación de los medios de comunicación en México.</p>	<p>4</p>			
	<p>estética</p>	<p>4</p>			
	<p>prensa comparada.</p>	<p>4</p>			

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
Medios y técnicas audiovisuales	- periodismo por radio	4			
	- periodismo por tv.	4			
	- comunicación audiovisual.	4			
	- montaje y realización cine-matográfica.	4			
	- técnicas de periodismo gráfico	4			
	- diseño del comic.	4			



CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autores)
Formativo Contextual.	Int. a la Economía política.	4			
	Materialismo histórico	4			
	Economía Política I	4			
	Economía Política II	4			

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
formativos contextual	América latina I	4			
	América latina II	4			
	- Hist. Ec. y Soc. contemporánea.	4			
	- Hist. Ec. y Soc. de México I	4			
	- movimientos campesinos	4			
	- Hist. Ec. y Soc. de Mex. II	4			
	- movimientos obreros.	4			

035 Con el fin de estudiar las posibilidades de un plan de edición de libros y textos de comunicación, FELAFACS ha elaborado el siguiente cuadro, le agradeceríamos responderlo teniendo en cuenta:

- Cinco temas de libros o textos de comunicación que necesite su Facultad para la formación de comunicadores profesionales.
- Dos autores que posiblemente podrían escribir cada uno de los temas.
- El país donde residen estos autores.

Tema	Autores Posibles	País
1		
2		
3		
4		
5		

036 ¿Cuál sería el precio máximo que por un libro puedan pagar los alumnos de su Facultad? (en US\$). 4 \$ 5.000,00

037 En caso de implementar el plan de edición de libros, su Facultad podría colaborar con (marcar con una X):

- La venta del libro: _____
- La promoción para que el libro sea comprado en una librería: _____
- La incorporación del libro como parte de la bibliografía del plan de estudios:

038 Mencione tres profesores de su Facultad que podrían escribir un libro o texto sobre comunicación:

Profesor	Tema
José Luis BERAUD	Temas relacionados a medios de comunicación y recepción
José Ma. Adame	
MELVIN CANTARELL	

039 Existen actualmente en su Facultad estudios realizados por investigadores en comunicación que pudieran ser publicados?

SI NO

Si su respuesta es afirmativa mencione el tema y Autor.

Tema	Autor

La información que usted nos brinde será de gran utilidad para FELAFACS

Agradecemos su colaboración

INFORMACION ADICIONAL.

Algunos datos que nos ayudarán a completar la información del cuestionario, son los siguientes:

040 Número total de estudiantes inscritos este año en la Universidad. 70 000

041 Proyectos de investigación en la Facultad. Cuántos 4

042 Número de profesores investigadores trabajando. 4

043 Mencione las principales profesiones de los profesores investigadores. _____

- PSICOLOGO
- SOCIOLOGO
- ECONOMISTA
- COMUNICOLOGO

044 Cuál es el presupuesto asignado por la Universidad, para la investigación en su Facultad?
US\$ _____

045 Participan los estudiantes en los proyectos de investigación?

SI NO _____

046 Participan los egresados en los proyectos de investigación?

SI NO _____

047 Cuál es el requisito para la obtención del grado en Comunicación.

Trabajo Final _____

Examen final _____

Trabajo práctico (producción) _____

Otros (Cuáles) MEMORIA DEL SERVIDOR SOCIAL -
CON DEBEREN ADPLICARSE EN COMUNICACION
DEBEN DE LA MEMORIA

048 Publicaciones específicas en comunicación (Mencione nombres del autor o autores)

Revistas: _____

CCC
AI
0096

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SINALOA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA
DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACION.

Mazatlán, Sinaloa,

I N D I C E

	<u>Pág.</u>
INTRODUCCION	1
I. ANTECEDENTES	
1.1. Breve Historia	4
II. ORGANIZACION ACADEMICA	
2.1. Introducción	6
2.2. Asamblea de Especialidad	6
2.3. Consejo de Especialidad	6
2.4. Del Coordinador Académico	7
2.5. De los Jefes de Area	8
2.6. Organigrama	
III. DOCENCIA	
3.1. Objetivos generales de la Especialidad	9
3.2. Plan de Estudios de la Carrera	10
3.3. Equivalencias de Materias entre el Plan de Estudios Original y el Plan en Vigencia	12
3.4. Cuadro de distribución de Materias por Areas de Conocimiento.	12
3.5. Objetivos de las Areas de Conocimiento	13
3.5.1. Area de Teorías de la Comunicación	13
3.5.2. Area de Medios Audiovisuales	15
3.5.3. Area de Medios de Redacción	16
3.5.4. Objetivos del Area de Materias Formativo-Contextuales.	17
3.5.5. Area de Metodología	18
3.6. Contenidos Temáticos: Area de Conocimiento	
3.6.1. Teoría de la Comunicación	19
3.6.2. Area de Medios Audiovisuales	21
3.6.3. Area de Redacción	23
3.6.5. Area de Metodología	24
3.6.6. Area de Materias Formativo-Contextuales	26
3.7. Investigación y Servicio Social	
3.7.1. Formas de Actividad Científico-Inves.	29
3.7.2. Servicio Social	31

INTRODUCCION.

Si bien hasta hace pocos años la disciplina de las Ciencias de la Comunicación era casi desconocida dentro de la Universidad en la medida en que se ha comprendido la importancia de los medios de comunicación, su estudio ha ganado importancia al grado tal que lo que empezó siendo un mero apéndice de carreras sociales y humanísticas como la Psicología, Filosofía, Sociología, y otras, en la actualidad se ha convertido en un área de estudios interdisciplinaria pero autónoma; es decir, como ciencia social, la comunicación requiere el auxilio de profesiones como las mencionadas anteriormente, pero como una rama específica de conocimiento, se vale de técnicas autónomas para actuar sobre la realidad.

La relación de nuestra disciplina con los procesos sociales, la interacción entre éstos y aquella, es enmarcada desde el inicio mismo de los estudios modernos sobre los medios de comunicación. Ya a principios de siglo Lenin apuntaba que un periódico político en Rusia era necesario para consolidar la revolución socialista - - pues dicho medio serviría como instrumento fundamental en la organización obrera. (1).

Y mientras en Rusia se hacían proyectos para una comunicación al servicio del cambio social, en los Estados Unidos se sugería la realización de campañas sistemáticas para desvirtuar el triunfo de los socialistas rusos y así impedir la expansión del comunismo por todo el mundo. Paralelamente al inicio de esta campaña antisoviética, también en los Estados Unidos se gestaba otra faceta de la comunicación como instrumento al servicio del sistema. Asesores de partidos políticos buscaban las técnicas de propaganda más efectivas -- para ganar adeptos en las contiendas electorales. En la óptica de la comunicación norteamericana el individuo, la sociedad entera quedaban prefigurados como simples ratas de laboratorio a las cuales -- con exponer a determinado estímulo para que actuaran de acuerdo a -- una conducta esperada.

(1) V. Lenin, La Información de Clase. Siglo XXI Editores, México.

Otro elemento que apresuró a los estudiosos de la propaganda a profundizar en sus investigaciones fué la depresión económica de 1929 en la cual, además de los vicios de la organización estructural capitalista, se observó la necesidad de acelerar la circulación de las mercancías, disminuir su estadia en el mercado. Surgen así de manera sistemática "un conjunto de técnicas y medios de comunicación dirigidos a atraer la atención del público hacia el consumo de determinados bienes o a la utilización de ciertos servicios" (2). Estos propósitos dan nacimiento a la publicidad.

Poco después de la segunda guerra mundial y su consecuencia, la guerra fría, obligan a desarrollar las técnicas de persuasión al grado de hacer cada vez más ocultas las formas (las intenciones) de la propaganda y la publicidad. Hasta aquí resulta evidente que los estudios -- eran ante todo de índole empírica, encaminadas básicamente a conocer -- las posibilidades y efectos de los medios de comunicación, debido a que, según señala un investigador norteamericano, "resulta mucho más fácil -- obtener apoyo financiero para un problema práctico (el del efecto) que para investigar cuestiones teóricas" (3). Tal afirmación es discutible -- si tomamos en cuenta quiénes eran los interesados en dichos estudios.

A principios de los sesentas se inicia el auge de las escuelas -- de periodismo. Aunque ya existían algunas, es hasta dicha década cuando el establishment siente la necesidad de formar ideólogos de profesión, papel si no exclusivo si predominantemente propio del periodista. Estos centros de enseñanza del periodismo inculcaban en el alumno la -- creencia según la cual la noticia debía "ser trasladada en su atributo histórico, pues su misión es la de ser testigo, concurrir sin mutaciones, transposiciones, deformaciones y alteraciones al conocimiento de-

(2) Víctor M. Bernal Sahagún. Anatomía de la Publicidad. Ed. Nuestro -- Tiempo, México, 1977. 2da. edición. p.49.

(3) Melvin de Fleur. Teorías de la Comunicación de Masas. Ed. Paidós, -- México, p. 177.

la verdad". Para estos "apóstoles" del periodismo la noticia era un -
sinónimo de verdad, entendiendo ésta como algo metafísico, desligada
de la posición de clase de quién emite dicha información. Sin embargo
los propósitos de formar periodistas-ideólogos del sistema no tuvie-
ron el resultado esperado. Cuando por diferentes razones la izquier-
da penetra en las universidades y les da a éstas un matiz crítico, la
carrera de periodismo, entre otras, se empieza a estructurar con pla-
nes de estudios operantes en una realidad social que el estudiante re-
conocería como propia y sobre la cual debería de actuar en consecuen-
cia con su compromiso de clase. Se enterraba así el mito del periodis-
ta neutral y objetivo y en su lugar aparecería el periodista, actor--
testigo de la problemática social.

Dentro de este marco de escuelas de comunicación con orientación
crítica, se inscribe la nuestra, con perspectivas de conformarse en -
un centro de formación de comunicólogos y una alternativa más para la
formación de científicos sociales.

I. ANTECEDENTES.

1.1. Breve Historia.

La creación de la especialidad de Ciencias de la Comunicación, sin duda alguna, es parte de un esfuerzo visionario por abordar los múltiples problemas dimensionales que envuelven al ser humano. Aunque el título de la especialidad -Ciencias de la Comunicación- implica hablar de varias ciencias (Semiología, Informática, Lingüística, Semántica, etc.), en realidad habría que explicar con sumo cuidado qué aspectos de esas ciencias la especialidad intenta abordar.

Ante todo debemos considerar que existen varias corrientes; tanto aquellas que sostienen la existencia de las llamadas Ciencias de la Comunicación, como las que las niegan como tales y perciben solamente teorías en desarrollo. Sin embargo, la COMUNICACION y la INFORMACION que son dos aspectos centrales del estudio de la especialidad, son hechos sociales en cuya significación y estudio han participado otras disciplinas. Para la comprensión de la comunicación humana se ha tenido que recurrir a los conceptos teóricos y metodológicos de otras disciplinas como la Economía, Sociología, Psicología, Antropología, etc. Ello nos obliga a plantear e incluso a optar por la segunda tesis, a condición de no apartarnos de la perspectiva de que las teorías de la comunicación se eleven al rango de ciencias o conformen una ciencia que explique en sus diversas interrelaciones al ser humano.

Bajo este marco de consideraciones surge la especialidad de Ciencias de la Comunicación (1974), diseñada e implementada por profesionistas no especializados en el campo de la comunicación. 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. Se adopta en principio, una estructura rígida, un curriculum cerrado -

que hasta hoy no permite opciones o salidas laterales. Igualmente, al inicio se vertebra junto a la especialidad de Sociología y posteriormente Economía, un tronco común de dos semestres. Tronco común que se concebía como un primer momento indiferenciado, cuyos objetivos pretendían introducir al alumno al estudio de las Ciencias Sociales.

Sin embargo, a partir de algunas diferencias teóricas y de especificidades acerca de cada profesión, este tronco común se ha distanciado en algunas de sus partes, fundamentalmente en materias que se ubican en el Área de Redacción y Teorías de la Comunicación. No obstante, la coordinación de las especialidades tanto en el plano de la docencia, la investigación y el Servicio Social se impone como una necesidad básica para el enriquecimiento y fortalecimiento de las mismas.

A partir de hace dos años, la especialidad ha incrementado su cuerpo docente con especialistas de la comunicación. Actualmente se cuenta con cuatro especialistas en comunicación, (dos de asignatura y dos de tiempo completo), así como un filósofo. Esto desde luego, ha permitido discutir y replantear el plan de estudios vigente y de iniciar un proceso de reconstrucción y adecuación a las exigencias que plantea nuestro entorno social.

II. ORGANIZACION ACADEMICA.

2.1. Introducción.

A fin de consolidar una práctica participativa que ha venido operando a lo largo de la corta historia de la carrera de Ciencias de la Comunicación, los miembros de la especialidad se reunieron en Asamblea General de Especialidad el 5 de marzo de 1980, donde se determinó la siguiente forma de organización interna:

2.2. La Asamblea de Especialidad.

a).- Se considera a la Asamblea General de Especialidad como el máximo organismo deliberativo y resolutivo de la especialidad de Ciencias de la Comunicación;

b).- Estará integrada por todos los estudiantes y maestros de la carrera de Comunicación;

c).- Tendrá carácter deliberativo, consultivo y resolutivo sobre aquellos problemas que afectan al total de los miembros y sobre cuestiones académicas y de investigación que no hallan podido ser resueltas en el Consejo de Especialidad;

d).- Podrá ser convocada por el Coordinador de la especialidad, por los miembros del Consejo de Especialidad o por algún grupo académico cuando el problema rebase las posibilidades del Consejo de Especialidad;

e).- Los acuerdos de Asamblea se tomarán por mayoría simple.

2.3. El Consejo de Especialidad.

a).- Estará formado por el Coordinador Académico, que será también el consejero técnico de la especialidad, el consejero técnico alumno, los profesores jefes de las áreas académicas en que se divide el plan de estudios de la carrera, por dos alumnos por grado académico con voz y uno con voto;

b).- Tendrá carácter deliberativo y resolutorio sobre cuestiones de carácter académico. Aquellas cuestiones en que no se llegue a acuerdos, su resolución definitiva será tomada en Asamblea de Especialidad.

FUNCIONES:

a).- Organizar y supervisar el correcto funcionamiento académico, de investigación, Servicio Social y talleres de especialidad;

b).- Distribuir la carga académica de los profesores de tiempo completo y de asignatura;

c).- Elaborar diseños de evaluación del trabajo académico así - - como proyectos de investigación y servicio social;

d).- Organizar eventos culturales y científicos que coadyuven a - la formación del comunicólogo;

e).- Convocar a concurso de oposición para cubrir plazas de profesores.

2.4. Del Coordinador Académico.

a).- El cargo lo ejercerá el consejero técnico profesor de la especialidad y será honorario.

FUNCIONES:

a).- Reunirá, cuantas veces sea necesario, el Consejo de Especialidad para resolver los problemas académicos de la carrera;

b).- Podrá convocar a la Asamblea General de la Especialidad - - cuando la importancia de los problemas así lo requieran;

c).- Establecerá una estrecha coordinación entre las distintas -- instancias de la especialidad (grupos académicos y asamblea de especialidad) y las instancias generales de la Escuela (Asamblea General, Consejo Técnico y Coordinación General);

d).- Será el representante de la especialidad ante los organismos culturales, de investigación, académicos y centros educativos;

e).- Establecerá contactos con instituciones científicas, educativas y culturales, así como también podrá establecer intercambios culturales, científicos y académicos con dichos centros;

f).- Gestionará ante las autoridades y organismos competentes la dotación de recursos y materiales de apoyo para las actividades de tipo académico, de docencia, investigación y servicio social de la especialidad.

2.5. De los Jefes de Área:

a).- Serán los encargados de coordinar las distintas tareas y funciones de las áreas de conocimiento de la especialidad;

b).- Formarán parte del Consejo de Especialidad;

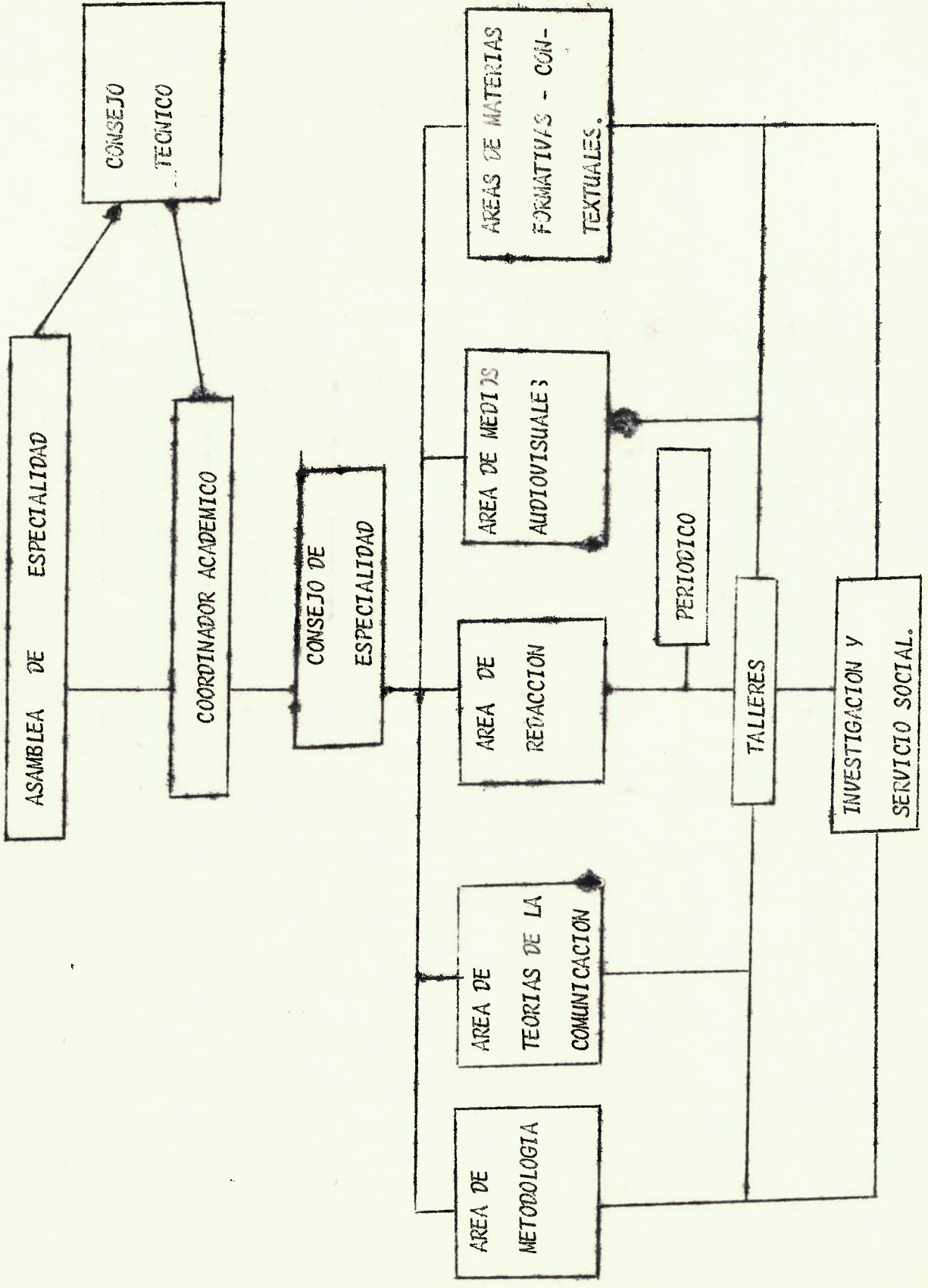
c).- Asesorarán a los estudiantes en los distintos niveles de conocimientos que incluyen las áreas;

d).- Elaborarán diseños de evaluación del aprendizaje del alumno en cada área;

e).- Acordarán con los encargados de las mismas áreas de las otras dos especialidades de la Escuela los programas y objetivos de cada materia común;

f).- Formularán proyectos de superación académica y docente.

O R G A N I G R A M A



III. DOCENCIA.

3.1. *Objetivos Generales de la Especialidad.*

1. FORMACION DE PROFESIONISTAS PARA EL TRABAJO CIENTIFICO-INVESTIGATIVO APLICADO AL ESTUDIO DE LA COMUNICACION HUMANA EN SUS MULTIPLES DIMENSIONES:

- 1.1. *En el conocimiento, evaluación, producción y críticas las teorías, métodos y técnicas de la comunicación.*
- 1.2. *En la explicación científica de los procesos de comunicación humana, de las barreras de la comunicación y el estudio de la significación social de los discursos.*
- 1.3. *En analizar el origen, desarrollo y características de los medios de comunicación colectiva.*

2. LA CAPACITACION DE PROFESIONISTAS EN EL DOMINIO DE LOS INSTRUMENTOS Y TECNICAS DE LA COMUNICACION PARA:

- 2.1. *Utilizar los medios de comunicación colectiva para promover y difundir los valores culturales de nuestro pueblo y los valores universales que identifican al hombre como ser genérico.*
- 2.2. *Promover y desarrollar una tecnología alternativa que responda a las necesidades de información de los receptores y emisores en ptencia, a partir de una perspectiva global.*

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
	-	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 en Comunicación	10
	-	Comunicación de Masas e Imperialismo Cultural	8
	-	Sociología de la Comunicación	8
	18	Redacción II (Editorial, Artículo de Opinión, Comentario y Crítica).	10
	-	América Latina I.	-
	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 Comíc	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.

3.3. Equivalencia de Materias entre el Plan de Estudios original y el Plan en vigencia de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

<u>PLAN ORIGINAL</u>		<u>NUEVO PLAN</u>	
<u>Semestre</u>	<u>Materia</u>	<u>Semestre</u>	<u>Materia</u>
1	Historia de la Economía Pol.	1	Int. a la Economía Política
3	Redacción	3	Redacción I.
4	Redacción y Corrección de Estilo	5	Redacción III.
5	Entrevista y Reportaje	4	Redacción II.
4	Psicología de la Comunicación	5	Psicología de la Com.
-	Colectiva		
4	Psicología de la Información	4	Sociología de la Com.
6	Problemas Agrarias	6	Movimientos Campesinos
7	Técnicas de Edición	6	Técnicas de Editorial y de
		-	Imprenta.
8	Publicidad	7	Pub. y Relaciones Públicas
7	T.V. Educativa	9	Comunicación Audiovisual
6	Técnicas de Prensa	9	Diseño del Comic.
6	Introducción al Cine	8	Estética
6	Taller de Periodismo	4	Metología de la Invest. en
			Comunicación.

Las siguientes equivalencias se establecen en relación a los valores crediticios semejantes entre las materias señaladas.

3	Comunicación y Lucha de Clases	3	Economía Política II.
7	Teoría de las Clases Sociales	3	Metod. de la Invest. Cient.
7	Prensa Popular	3	Estadística II
8	Organización y Dirección de la Empresa Informativa	5	América Latina I.
-			
6	Optativa a escoger	5	América Latina II.
7	Optativa a escoger	6	Hist. Econ. y Soc. de Méx. I.
8	Optativa General	7	Hist. Económica y Social de Mex. II.

CUADRO DE DISTRIBUCION DE MATERIAS POR AREAS DE CONOCIMIENTO

TEMAS- PRE	AREA DE METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	AREA DE TEORIAS DE LA COMUNICACION	AREA DE REDACCION	AREA DE FORMACION
10.	Lógica de la Investigación científica Redacción y Técnicas de Investigación documental. Matemáticas.	Introducción a las teorías de la Comunicación.		
20	Método Dialéctico Estadística I	Historia Sociocultural de la Comunicación		
30.	Metodología de la Investigación científica. Estadística II.	Semiótica	Redacción I (nota informativa, crónica entrevista, reportaje)	
40	Metodología de la Investigación en Comunicación	Comunicación de masas e Imperialismo Cult. Sociología de la Comunicación	Redacción II (editorial, artículo de opinión, comentario)	
50.	Análisis de Contenido	Psicología de la Comunicación	Redacción III (corrección de estilo)	
60		Opinión Pública y Propaganda	Técnicas de Editorial y de Imprenta	Per Ra
70.		Publicidad y Relaciones Públicas Legislación de los medios de información en México.		Per TV
30.		Estética Prensa comparada		Montaje Técnico
30	Sistemas de Información			Montaje Técnico
0	Seminarios de Investigación			Montaje Técnico

3.5. Objetivos de las Areas de Conocimiento.

3.5.1. Area de Teorías de la Comunicación.

A) Sustentación y Objetivos del Area.

El área de TEORIAS DE LA COMUNICACION concentra a las materias de la carrera que conforman la estrategia de la formación del comunicólogo. Este bloque de materias es la columna vertebral e integradora que aporta al alumno los fundamentos de las distintas teorías y corrientes del pensamiento social que se han abocado al estudio de la comunicación humana. Asimismo, provee al estudiante, desde el inicio de la carrera de las herramientas teórico-metodológicas que se complejizan a medida que se superan las etapas del curriculum.

El área es la parte integrante de un proceso de formación profesional que está ligada y en coordinación continua con las otras áreas o partes del proceso. Dicha relación y coordinación es de suma importancia para que el alumno aplique sus conocimientos teóricos en el trabajo investigativo, en concordancia con los instrumentos técnicos-metodológicos que le aporta el área de Metodología de la Investigación; asimismo, amplíe sus horizontes con los conocimientos que le provee el área de materias formativo-contextuales.

De lo anterior deducimos los siguientes objetivos de área;

1. Sistematizar los diferentes objetivos generales y particulares de las materias que conforman el bloque de esta área.
2. Organizar la enseñanza sobre las teorías de la comunicación por niveles secuenciales y progresivos (verticalidad ascendente).
3. Coordinar la enseñanza de los objetivos del área con los objetivos generales de la carrera.

4. Impulsar el trabajo investigativo en alumnos y docentes y docentes.
5. Definir políticas de investigación.
6. Dar asesoría sobre los diversos aspectos que competen a las unidades de conocimiento del área.

3.5.2. Area de Medios Audiovisuales.

A) Sustentación y objetivos del Area.

Esta área congrega a las materias que permitirán al alumno operacionar el aprendizaje del comunicólogo en la producción y ejercicio de -- los diferentes medios de comunicación masiva.

En esta área, el alumno podrá traducir en mensajes concretos, todas las teorías, técnicas y estrategias de comunicación con el fin de producir un proceso en el cambio de actitud de los diferentes públicos, estratos y grupos sociales que conforman nuestra realidad histórico-político-social.

De lo anterior deducimos los siguientes objetivos para el área:

1. Sistematizar los diferentes **objetivos** generales y particulares de las materias que conforman el área.
2. Coordinar la enseñanza de los objetivos del área con los objetivos de la carrera.
3. Programar la investigación de una tecnología alternativa con la consiguiente producción de mensajes que puedan transmitirse a través de ella.
4. Programar las diferentes producciones audiovisuales dentro de una estrategia de comunicaciones orientadas hacia el cambio social.
5. Promover la investigación que permita evaluar los efectos que produzcan los mensajes en los públicos a los cuales vayan dirigidos.
6. Promover la creación de un centro audiovisual de la Escuela con el fin de lograr una plataforma auxiliar a la docencia y una extensión universitaria para la comunidad.

3.5.3. Área de Redacción.

A) Objetivos.

A través de los diferentes cursos que integran la subárea de Redacción, se desprenden los siguientes objetivos:

- Que el alumno adquiriera el hábito de redactar de manera clara y precisa;
- Que el estudiante se capacite en el manejo de los diversos géneros periodísticos, tanto informativos como de opinión;
- Que además sea capaz de expresar coherente y coherente y correctamente por escrito, los logros obtenidos en su quehacer científico;
- Que el alumno conozca y comprenda todas y cada una de las funciones y actividades desarrolladas dentro de la prensa escrita;
- Que el alumno sea capaz de desarrollarse profesionalmente en cualquiera de las ramas del periodismo, ya sea como reporteros articulistas, corrector de estilo, e incluso pueda intervenir en tareas relacionadas con la dirección de un medio informativo;
- Finalmente que el alumno ubique y destaque la importancia del uso de las técnicas de redacción, las cuales potencialmente, son un arma para sensibilizar, orientar y educar al público receptor.

3.5.4. Objetivos del Area de Materias Formativo-Contextuales.

En el momento en que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación tengan que elegir algunos de los temas que, en el campo particular de su formación y en la investigación, van a verse obligados a tratar, serán las asignaturas comprendidas en el área de las materias formativo-contextuales, las que les proporcionarán el conjunto de conceptos y teorías -- que hacen posible el estudio de la sociedad y el pensamiento.

La economía, la sociología y el materialismo histórico, capacitarán al estudiante para comprender teóricamente el capitalismo, la dinámica de la lucha de clases así como la práctica de la revolución proletaria para derribarlo. Por todo esto, es necesario que el estudiante comprenda que las teorías de la comunicación no pueden abordarse separados de la economía, la sociología, la historia y de las fuerzas y relaciones de -- producción.

Por lo tanto, los objetivos que debe proponerse la enseñanza de las materias comprendidas en esta área son las siguientes:

1. Capacitar al alumno en el manejo de categorías y conceptos fundamentales de las ciencias sociales y el materialismo histórico.
2. Prepararlos para el análisis de las formaciones sociales y coyunturas.
3. Ejercitarlos para la investigación y la producción de hipótesis nuevas (articulada con el área de metodología).

3.5.5. Area de Metodología.

A) Objetivos.

La producción de conocimientos sociales en general, y de la comunicación, en particular en la Escuela de Ciencias Sociales, debe fundamentalmente distinguirse de la generación del conocimiento científico para la producción y también de aquellas formas de conocimiento social que se corresponden con las relaciones capitalistas de producción, es decir, dado el sentido que se intenta dar al estudio de las ciencias Sociales y que este expresa y se compromete con la transformación revolucionaria de la sociedad capitalista. La preparación del científico social exige y supone una metodología específica, por lo que algunas características esenciales de esta área serían las siguientes:

a) La de abordar los fenómenos sociales con carácter histórico, como transitorios y susceptibles de ser transformados por la acción de los hombres.

b) La de estudiar los problemas sociales desde la perspectiva de clase del proletariado, asumiendo las implicaciones político-ideológicas de la teoría social, dado que el conocimiento de la sociedad puede tener consecuencias en la lucha de clases.

c) La de aceptar la identidad parcial entre sujeto y objeto de conocimiento, ya que la investigación, la interpretación, la formulación de hipótesis y teorías así como la elección misma del objeto de investigación, están condicionados por la posición de clase que asuma el investigador.

En suma, debido a que en una sociedad de clases no puede haber ciencia social imparcial, la enseñanza de la metodología debe tender a asociar el carácter científico del estudio de la sociedad con el espíritu revolucionario.

3.6. CONTENIDOS TEMATICOS: AREAS DE CONOCIMIENTO.

3.6.1. Teorías de la Comunicación.

1. INTRODUCCION AL ESTUDIO DE LAS TEORIAS DE LA COMUNICACION.

- 1.1. *Las teorías de la comunicación humana en el contexto de las - Ciencias Sociales.*
- 1.2. *El estudio de la comunicación humana.*
- 1.3. *Los modelos de la comunicación.*
- 1.4. *La comunicación como problema.*

2. HISTORIA SOCIOCULTURAL DE LA COMUNICACION.

- 2.1. *Comunicación e información.*
- 2.2. *La comunicación como proceso evolutivo.*
- 2.3. *Elementos de la comunicación humana.*
- 2.4. *Tipología de la comunicación.*
- 2.5. *Las teorías de la comunicación.*

3. SEMIOTICA.

- 3.1. *Objeto de estudio de la Semiótica.*
- 3.2. *Producción, distribución y consumo de los signos.*
- 3.3. *La codificación en los medios de comunicación.*
- 3.4. *Código, signo y lenguaje.*

4. SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION.

- 4.1. *Estudio de las características y funciones de los medios de - comunicación masiva.*
- 4.2. *Teoría sociológicas sobre las sociedades de masas, la cultura de masas y medios masivos de comunicación.*
- 4.3. *La investigación sociológica aplicada a los procesos y efectos de la comunicación masiva.*

5. COMUNICACION DE MASAS E IMPERIALISMO CULTURAL.
 - 5.1. Ideología y Comunicación.
 - 5.2. La estrategia cultural del imperialismo
 - 5.3. Desarrollo y contradicción de la cultura como totalidad y expresión del pensamiento humano.

6. PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION.
 - 6.1. Psicología de los Medios de la Comunicación.
 - 6.2. La interpretación de las fantasías colectivas.
 - 6.3. Psicología de los estereotipos en la cultura de masas.

7. OPINION PUBLICA Y PROPAGANDA.
 - 7.1. Las fuentes de la propaganda.
 - 7.2. Reglas y técnicas de la propaganda.
 - 7.3. La opinión pública y sus técnicas.

8. LEGISLACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN MEXICO.
 - 8.1. El derecho a la información
 - 8.2. Legislación, reformas y centralización de los medios de comunicación.
 - 8.3. Formas y mecanismos de control de la información en México.

9. PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS.
 - 9.1. Introducción a la publicidad
 - 9.2. La planificación de las campañas publicitarias
 - 9.3. Las relaciones públicas: significación y técnicas.

10. ESTETICA.
 - 10.1 Concepto y temas capitales de la estética.
 - 10.2. Métodos de la estética.
 - 10.3. Estética de la información.
 - 10.4. Pequeña teoría del texto.

11. PRENSA COMPARADA.
 - 11.1. Prensa capitalista
 - 11.2. Prensa Underground
 - 11.3. Prensa Marginal.

3 6.2. Area de Medios Audiovisuales.

1. DISEÑO DEL COMIC.

- 1.1. Historia del Cómic.
- 1.2. El lenguaje del cómic.
- 1.3. Los géneros del cómic.
- 1.4. Elaboración del cómic.

2. MONTAJE Y REALIZACION CINEMATOGRAFICA.

- 2.1. Producción y técnica cinematográfica (taller)
- 2.2. Forma y significado de la producción cinematográfica.
- 2.3. Elementos para una teoría materialista de la realización cinematográfica.

3. PERIODISMO POR TELEVISION.

- 3.1. La televisión como poderoso medio informativo al servicio de la dominación ideológica.
- 3.2. Sistemas mundiales de televisión.
- 3.4. Funciones encomendadas a los medios electrónicos.
- 3.5. División social del trabajo en la empresa televisa.
- 3.6. Programación y producción informativa.
- 3.7. La nueva T.V. y las posibilidades de realización con las masas.

4. COMUNICACION AUDIOVISUAL.

- 4.1. El proceso de la comunicación.
- 4.2. Percepción, comunicación y teorías del aprendizaje
- 4.3. La comunicación didáctica.
- 4.4. Elaboración del material didáctico audiovisual
- 4.5. Los materiales audiovisuales en la enseñanza.

5. EL PERIODISMO RADIOFONICO.

- 5.1. Historia.
- 5.2. Importancia de la radiodifusión en los países subdesarrollados.
- 5.3. Diferencias entre el periodismo escrito y el periodismo radiofónico.

- 5.4. *Diferencias entre el periodismo americano y el periodismo Francés.*
- 5.5. *Técnicas de redacción para los diferentes tipos de noticias radiofónicas y producción de cada una de ellas: noticias generales, no noticias especiales.*
- 5.6. *Organización del trabajo en el estudio de grabación*
- 5.7. *Tecnología para la producción de programas radiofónicos.*
- 5.8. *El manejo de las fuentes de información.*
- 5.9. *Elementos fundamentales en la realización de una programación.*
- 5.10. *Creación de la imagen pública de un programa universitario.*

6. *TECNICAS DEL PERIODISMO GRAFICO.*

- 6.1. *La cámara fotográfica.*
- 6.2. *Material fotográfico sensible*
- 6.3. *Sustancias químicas para el revelado de película y papel en blanco y negro.*
- 6.4. *Proceso de revelado en blanco y negro*
- 6.5. *Positivado en blanco y negro.*
- 6.6. *Composición fotográfica.*

3.6.3. Area de Redacción.

1. REDACCION I.
 - 1.1. La noticia
 - 1.2. Entrevista
 - 1.3. Reportaje
 - 1.4. Crónica.

2. REDACCION II.
 - 2.1. Características del periodico.
 - 2.2. Técnicas del periódico de opinión.
 - 2.3. Formas del periódico de opinión.
 - 2.3.1. Editorial
 - 2.3.2. Artículo de fondo
 - 2.3.3. Columna
 - 2.3.4. Ensayo.

3. REDACCION III.
 - 3.1. Operaciones lógicas y lenguaje
 - 3.2. Gramática.
 - 3.3. Formas de expresión escrita.
 - 3.4. Signos de corrección de imprenta.
 - 3.5. Signos de corrección de mecanografía.

4. TECNICAS DE EDITORIAL Y DE IMPRENTA.
 - 4.1. Organización de la empresa informativa.
 - 4.2. Tipos de imprenta.
 - 4.3. Sistemas de impresión.
 - 4.4. Disposición y composición gráfica.

3.6.5. Area de Metodología.

1. LOGICA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA.
 - 1.1. La teoría del conocimiento.
 - 1.2. La concepción del mundo.
 - 1.3. La ciencia: Las ciencias naturales, las ciencias sociales.
 - 1.4. Las ciencias sociales: La Sociología en América Latina, La Sociología en México.
 - 1.5. El trabajo intelectual: Los científicos sociales.
 - 1.6. Las corrientes más importantes en las ciencias sociales.
La dialéctica y la lógica formal.
 - 1.7. Teoría de las ideologías.
2. REDACCION Y TECNICAS DE INVESTIGACION DOCUMENTAL.
 - 2.1. El lenguaje
 - 2.2. La lógica aplicada a ordenar el pensamiento.
 - 2.3. Gramática.
 - 2.4. Redacción.
 - 2.5. Investigación documental.
3. MATEMATICAS.
 - 3.1. Introducción: Las matemáticas y su utilidad en las ciencias de la comunicación: observaciones generales.
 - 3.2. Lógica, matemática, modelo matemáticos y teoría de conjuntos.
 - 3.3. Sistemas de ecuaciones lineales.
 - 3.4. Límites y funciones.
4. METODO DIALECTICO.
 - 4.1. Introducción al método dialéctico: la aplicación y la lógica formal, la dialéctica y el método, método dialéctico y la teoría del conocimiento.
 - 4.2. La dialéctica hegeliana.
 - 4.3. Los jóvenes hegelianos.
 - 4.4. La dialéctica materialista: Marx y Engels, algunos modernos.

5. ESTADISTICA I.
 - 5.1. Introducción a la Estadística.
 - 5.2. Estadística descriptiva.
 - 5.3. Teoría elemental de la probabilidad.
6. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA.
 - 6.1. El método científico.
 - 6.2. La investigación científica.
 - 6.3. Los instrumentos del método científico.
 - 6.4. Los diversos enfoques metodológicos en las ciencias sociales.
 - 6.5. Las etapas generales de la Investigación.
 - 6.6. Elementos fundamentales de la metodología marxista.
7. ESTADISTICA II.
 - 7.1. Modelos probabilísticos.
 - 7.2. Teorías elementales del muestreo.
 - 7.3. Estimación estadística.
 - 7.4. Pruebas de hipótesis estadística.
 - 7.5. Análisis de regresión y nivelación.
 - 7.6. Análisis de series de tiempos, predicción y planeación.
 - 7.7. Análisis de varianzas.
8. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION EN COMUNICACION.
 - 8.1. Principales corrientes en la investigación en Comunicación Social.
 - 8.2. Dialéctica de la "esencia-fenómeno" informativo.
 - 8.3. Fases del Proceso de investigación.
9. ANALISIS DE CONTENIDO.
 - 9.1. Análisis de Contenido: niveles de estudio y aplicación.
 - 9.2. Las técnicas del análisis.
 - 9.3. Los modelos del análisis.
 - 9.4. Los estudios audiográficos y hemerográficos.

3.6.6. Area de Materias Formativo-Contextuales.

1. INTRODUCCION A LA ECONOMIA POLITICA.
 - 1.1. Nociones preliminares.
 - 1.2. La Economía Política: génesis y desarrollo.
 - 1.3. El método de la Economía Política.
 - 1.4. Leyes y categorías del Modo de Producción Capitalista.
2. MATERIALISMO HISTORICO.
 - 2.1. Introducción.
 - 2.2. Concepto fundamental del Materialismo Histórico.
 - 2.3. Conceptos de Modo de Producción.
 - 2.4. Concepto de formación social.
 - 2.5. Lucha de clases y clases sociales en las formaciones sociales capitalistas.
 - 2.6. Análisis de la sociedad concreta.
 - 2.7. El Estado.
 - 2.8. El papel de la teoría y las condiciones históricas presentes de la lucha proletaria.
3. ECONOMIA POLITICA I.
 - 3.1. Introducción.
 - 3.2. La producción social.
 - 3.3. La división social del trabajo
 - 3.4. La mercancía.
 - 3.5. El capital.
 - 3.6. El producto nacional
 - 3.7. El gasto nacional.
4. ECONOMIA POLITICA II.
 - 4.1. La ganancia.
 - 4.2. El ciclo económico y las crisis.
 - 4.3. El desempleo
 - 4.4. El capital monopolista,
 - 4.5. La fase imperialista del capitalismo.

- 4.6. *Relaciones económicas internacionales.*
- 4.7. *El Estado y la Economía.*
- 4.8. *La Renta Nacional.*
- 4.9. *La Economía Socialista.*
5. AMERICA LATINA I : PERIODO COLONIAL.
 - 5.1. *El origen del sistema colonial*
 - 5.2. *Estructura del sistema colonial*
 - 5.3. *Estructura económica del sistema colonial*
 - 5.4. *Estructura social del sistema colonial*
 - 5.5. *Estructura política del sistema colonial*
 - 5.6. *Declinación del sistema colonial*
 - 5.7. *El proceso de la emancipación de América Latina.*
6. AMERICA LATINA II: ORIGEN Y CONFORMACION DEL SISTEMA CAPITALISTA LATINOAMERICANO.
 - 6.1. *La incorporación de América Latina al sistema capitalista mundial.*
 - 6.2. *La estructura económica del sistema capitalista latinoamericano*
 - 6.3. *La estructura social del sistema capitalista latinoamericano.*
 - 6.4. *La estructura política.*
 - 6.5. *La declinación del sistema capitalista dependiente, latinoamericano.*
7. HISTORIA ECONOMICA Y SOCIAL CONTEMPORANEA.
 - 7.1. *El proceso de desarrollo industrial: Estados Unidos, Alemania y --
Japón en el siglo XIX.*
 - 7.2. *El imperialismo y sus cinco razgos fundamentales.*
 - 7.3. *La guerra imperialista y el período de entreguerra.*
 - 7.4. *El Socialismo.*
 - 7.5. *El Capitalismo contemporáneo.*

8.- HISTORIA ECONOMICA Y SOCIAL DE MEXICO I.

- 8.1. *Introducción.*
- 8.2. *La condición colonial de la Nueva España.*
- 8.3. *La Sociedad Novohispana.*
- 8.4. *Reformas económicas y Administrativas del siglo XVIII.*
- 8.5. *La crisis de la Independencia.*

9. HISTORIA ECONOMICA Y SOCIAL DE MEXICO II.

- 9.1. *El Estado liberal y la penetración imperialista.*
- 9.2. *La revolución mexicana 1910-17 y la connotación económica social y política en la Constitución de 1917.*
- 9.3. *La estructura del nuevo orden económico, político y social período del "caudillismo revolucionario". Maximato.*
- 9.4. *El régimen de Cárdenas.*
- 9.5. *Tendencias de la economía en los gobiernos cardenistas.*
- 9.6. *La insurgencia obrera, campesina, popular y estudiantil en los gobiernos postcardenistas.*
- 9.7. *La situación actual del desarrollo capitalista.*

10. MOVIMIENTO OBRERO EN MEXICO.

- 10.1. *La primera organización obrera (1895-1910).*
- 10.2. *El movimiento obrero en la Revolución Mexicana (1910-1918).*
- 10.3. *De la CROM al Comité Nacional de Defensa Proletaria (1918-1934).*
- 10.4. *Del Comité Nacional de Defensa Proletaria de la CTM.*
- 10.5. *El despegue del capitalismo y el movimiento obrero.*
- 10.6. *De los ferrocarriles a los electricistas.*

3.7. Investigación y Servicio Social.

La actividad investigativa se contemplará en el curriculum como una premisa fundamental para la formación del comunicólogo en el trabajo científico; máxime si consideramos que los determinantes del proceso de producción del conocimiento científico son comunes al proceso de formación del alumno. En consecuencia, ambos procesos, investigación y educación son indispensables entre sí. De ahí que la actividad investigativa debe constituir un elemento esencial e integrado a la docencia y el aprendizaje, de tal forma que como unidad dialéctica, contribuyan a formar el potencial científico y garanticen el nivel y calidad de la enseñanza.

Ello conduce necesariamente a ubicar a la investigación como tarea institucional acorde a los objetivos educacionales de la especialidad, lo cual hace necesario también, vincular la investigación a todos los educandos acción que solo podrá concentrarse en forma estable y organizada, si la misma se incluye dentro del plan de estudios como una actividad formativa más, planificando adecuadamente las tareas que el educando deberá realizar en cada etapa de su formación.

Esta visión de la actividad investigativa supera vicios de concepción y aplicación práctica. Esto es, que en lugar de separar la docencia de la investigación intentamos integrar los dos procesos en lo que denominamos unidad dialéctica.

3.7.1. Formas de Actividad Científico-Investigativas.

La actividad investigativa se desarrollará a través de las siguientes actividades curriculares:

- a) El trabajo de curso y
- b) El taller de trabajo científico.

El trabajo de curso

Es la actividad científica que realizarán los estudiantes a través de una asignatura específica. Esto conduce objetivamente a considerar que cada docente-tendrá a motivar a los estudiantes a ejercitarse en el trabajo investigativo -- por mínimo que éste aparezca en los objetivos educacionales de cada materia.

El Taller de Trabajo Científico

Aunque no están bien definidos los talleres de trabajo científico o talleres de investigación y su importancia y correspondencia dentro del plan de estudios, éstos son fundamentales para la formación científica del comunicólogo. Para efectos de definición operacional diremos que el taller es la actividad concreta que culminará con la redacción de un trabajo científico que hayan realizado estudiantes y docentes a lo largo de un o varios cursos sucesivos y con carácter inter- o multidisciplinario.

Los objetivos del taller estarán enfocados a incrementar el conocimiento del docente, a su búsqueda y organización, al desarrollo de habilidades, capacidades, hábitos y actitudes encaminadas al trabajo creador, al manejo de métodos científicos de trabajo y a la realización de tareas que tiendan a la solución de los distintos problemas que se plantean abordar los programas y proyectos de investigación.

Asimismo, se contempla la creación del Centro de Investigaciones en Comunicación para un plazo mediano, en la medida que la especialidad cuente con los recursos humanos, personal especializado y los recursos financieros que apoyen tareas de tal magnitud. Esto no obsta para que desde estos momentos se instituyan los cimientos para la creación de este centro.

3.7.2. Servicio Social.

Los estudiantes deberán realizar el Servicio Social tal y como se contempla en el Reglamento General del Servicio Social Universitario y el Reglamento Interno de la Escuela.

El Servicio Social Universitario de la especialidad tiene como finalidad:

- Vincular a los estudiantes con los problemas que circundan en su entorno social para hacerlos conscientes de su responsabilidad ante ellos.
- Difundir y extender la Ciencia, la técnica y la cultura a amplios sectores de la población.
- Combinar y ejercitar los conocimientos adquiridos.

3.8. Idiomas.

La posesión de un idioma (inglés, francés o alemán), es requisito indispensable para ingresar al noveno semestre.

3.9. Título que se otorga.

Licenciado en Ciencias de la Comunicación.