

↑
CC
AI
0109

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.

Documento UNAM-ENEP-ACATLAN Programas de periodismo y comunicación colectiva.

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

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

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 ESCRITO

SEPTIMO SEMESTRE

Problemas Actuales de la Prensa en México	8
Agencias Informativas	6

OCTAVO SEMESTRE

Seminario de Periodismo Especializado	5
---------------------------------------	---

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

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.

MATERIAS

CREDITOS

Metodología II

08

Economía Política III

08

Laboratorio de Producción Audiovisual

--

40

ASIGNATURAS CUARTO SEMESTRE

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

--

40

ASIGNATURAS QUINTO SEMESTRE

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

--

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., ha tenido a bien incrementar una materia mas en cada semestre con la finalidad de darle una tónica regional.

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. III
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 INFOR
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 noticiog sa, entrevista)

10

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
- ✓ GRUPOS DE PRESION INTERNACIONALES.
- ✓ 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.

CCC
AI
0109

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).

CCC
4I
0109

FEDERACION LATINOAMERICANA DE ASOCIACIONES DE FACULTADES DE COMUNICACION SOCIAL
(FELAFACS)
CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA CO-
MUNICACION. (CONEICC)

TALLERES DE DISEÑO Y EVALUACION CURRICULAR: CARTA DESCRIPTIVA.

1. OBJETIVO GENERAL.

Los talleres de diseño y evaluación curricular pretenden propiciar el mejoramiento de los procesos de formación de comunicadores que desarrollan las - instituciones miembros del CONEICC, mediante el análisis y la evaluación de sus curricula.

2. OBJETIVOS PARTICULARES.

- 2.1 Que los participantes identifiquen los problemas y necesidades de la institución en que trabajan, con respecto al diseño y evaluación curricular.
- 2.2 Que los participantes adquieran herramientas teórico-metodológicas para ejercer el diseño y la evaluación curriculares, con base en las necesidades y problemas identificados.
- 2.3 Que los participantes elaboren un programa de trabajo conducente a la solución de las necesidades y problemas detectados.
- 2.4 Que los participantes establezcan mecanismos de asesoría permanentes para la realización de los programas específicos de trabajo.

3.- PLANTEAMIENTO METODOLOGICO.

Los Talleres de Diseño y Evaluación Curricular están concebidos como un espacio para la comprensión y discusión de herramientas teórico-metodológicas - del diseño curricular y su uso para el análisis y desarrollo de situaciones concretas. En este sentido, los talleres descansarán básicamente en el trabajo de los participantes, trabajo directamente orientado a la conceptualización de los diferentes elementos que intervienen en el diseño curricular, la identificación de problemas específicos y la definición de pautas y orientaciones de acción.

Metodológicamente, los talleres están estructurados para la producción, grupal y por equipos institucionales, de articulaciones entre la elaboración teórica, el análisis de situaciones concretas y la formulación de soluciones.

4.- UNIDADES DE TRABAJO

- 4.1 Integración del grupo.
- 4.2 Presentación del taller y su programa de trabajo.
- 4.3 Dimensiones y variables del diseño curricular: instrumento de trabajo.
- 4.4 Problemática curricular.
- 4.5 Problemática curricular y contexto institucional.
- 4.6 Apoyos y obstáculos para la revisión curricular: elementos para la formulación de una estrategia.
- 4.7 Plan de trabajo para la revisión curricular y mecanismos de asesoría.
- 4.8 Evaluación del Taller.

5. ESPECIFICACION DEL PROGRAMA.

UNIDAD	OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	TIEMPO
1	Propiciar la integración grupal de los participantes y a la tarea y propósitos del taller.	Expectativas y motivaciones. Ubicación institucional. Momentos institucionales de desarrollo curricular.	Sesión grupal: presentación de los participantes y sus expectativas y motivaciones ante el taller.	2 h.
2	Conocer y aclarar el planteamiento general del taller, sus objetivos, metodología y programa de trabajo.	Objetivos, metodología y programa de trabajo del taller.	Sesión grupal: presentación del taller por los asesores. Aclaraciones y comentarios. Organización operativa del trabajo.	1 h.
3	Conocer y discutir el instrumento de trabajo.	Instrumento de trabajo: dimensiones y variables del diseño curricular.	Sesión grupal: presentación del instrumento de trabajo por los asesores. Aclaraciones y comentarios.	3 h.
4	Producir una primera formulación de la problemática de las instituciones relativa a su operación curricular. Profundizar en la comprensión del instrumento de trabajo. Realizar un diagnóstico inicial de los problemas comunes de las instituciones en su operación curricular.	Problemas institucionales de operación curricular referidos a las dimensiones y variables planteadas en el instrumento de trabajo.	Trabajo de equipos por institución: identificación de los problemas curriculares con base en el instrumento de trabajo. Sesión grupal: puesta en común de los productos de la actividad anterior. Ubicación de variables y dimensiones del diseño curricular planteada en el instrumento de trabajo. Profundización, a partir de esta ubicación, de los conceptos planteados en el mismo instrumento. Identificación de problemas comunes y formulación de un diagnóstico inicial de conjunto.	

5 Establecer relaciones entre los problemas detectados.
Caracterizar a las instituciones como marco explicativo de la problemática planteada y de sus posibles soluciones.

Relaciones entre problemas
Características institucionales relativas a la problemática curricular.

Trabajo de equipos por institución: identificación de las relaciones entre los problemas detectados.
Caracterización de la institución y ubicación de la problemática en ese contexto.

Sesión grupal: puesta en común de los productos de la actividad anterior. Formulación de un diagnóstico más amplio de la operación curricular.

6 Identificar los elementos básicos de una estrategia de revisión curricular.

Obstáculos y apoyos.
Estrategia de revisión curricular.

Trabajo de equipos por institución: identificar los obstáculos y apoyos para una revisión curricular.
Identificar los elementos básicos de una estrategia para abordar la revisión.

Sesión grupal: puesta en común de los productos de la actividad anterior.

7 Establecer planes de trabajo para la revisión curricular.
Establecer mecanismos de asesoría permanente.

Planes de trabajo.
Mecanismo de asesoría.

Trabajo de equipos por institución: Establecer, a partir de la estrategia esbozada, un plan de trabajo al corto plazo (seis meses) para la revisión curricular.

En coordinación con los asesores, los equipos institucionales establecerán un plan de asesoría permanente.

Sesión grupal: puesta en común de los productos de las actividades anteriores.

8 Recuperar y evaluar el taller.
Formular sugerencias para la segunda etapa.

Recuperación y evaluación
Sugerencias.

Sesión grupal: Reconstrucción de las actividades realizadas durante el taller. Identificación de los logros y deficiencias con referencia a los objetivos planteados. Aportación de sugerencias para la siguiente etapa.

UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA
ESCUELA DE COMUNICACION Y RELACIONES PUBLICAS

CCC
AE
0109

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).

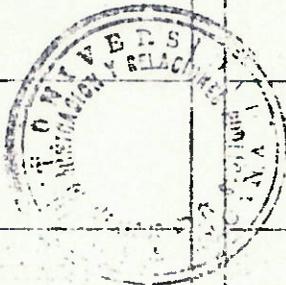
5.- CAMPO DE TRABAJO.

"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:

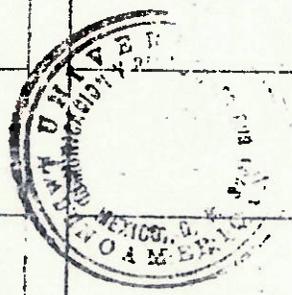
Empresas privadas, industriales, financieras y comerciales; Organizaciones de servicio público; Agencias de publicidad; Medios de Información, prensa, radio, cine, y Televisión; Industria editorial; Instituciones educativas; Asociaciones gremiales, culturales, religiosas, etc.; Agencias especializadas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

AREA	HISTORICO SOCIAL	EXPRESION	METODOLOGICA	CO
SEMESTRE				
1°	HS 11 FORMACION SOCIAL MEXICANA I 4/0 2	EX 11 EXPRESION ORAL Y ESCRITA 2/2 2	MI 11 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION I 4/0 2	INTRODUCCION A LA COMUNICACION I 4/0 2
2°	HS 22 FORMACION SOCIAL MEXICANA II 4/0 3	EX 22 TALLER DE ESTILISTICA 2/2 2	MI 22 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION II 4/0 2	SOCIOLOGIA COMUNICACIONAL I 4/0 2
3°	HS 33 HISTORIA DEL PERIODISMO 4/0 2		MI 33 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION III 4/0 2	COMUNICACION GRAFICA I 4/2 2
4°		EX 43 EXPRESION PERIODISTICA 4/4 12	MI 44 INVESTIGACION PERIODISTICA 4/0 2	PROPAGANDA COMUNICACIONAL I 2/2 2
5°				
6°				
7°				SEMINARIO DE INVESTIGACION COMUNICACIONAL I 4/4 2
8°				
TOTAL DE MATERIAS	3	3	4	
TOTAL DE CREDITOS	24	24	32	
% DE MATERIAS	7.8	7.8	10.5	



UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA
CIATURA EN COMUNICACION Y RELACIONES PUBL
PLAN DE ESTUDIOS POR AREAS

COMUNICACION		JURIDICA	RELACIONES PUBLICAS	T
CO 11 PRODUCCION COMUNICA- CION 8			RP 11 PSICOLOGIA SOCIAL 4/0	
CO 22 LOGIA DE LA UNICACION ELECTIVA 8 4/0	CO 23 PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION COLECTIVA 8		RP 12 ADMINISTRA- CION GENERAL 4/0 2 8	
CO 34 UNICACION GRAFICA 10 4/2	CO 35 DISEÑO GRAFICO 10	JU 31 DERECHO 4/0 8	RP 23 ADMINISTRACION GENERAL 4/0 II 8	
CO 40 PAGANDA EN COMUNICACION SOCIAL 8 2/2	CO 47 PUBLICIDAD EN LA COMUNICACION SOCIAL 8	JU 42 RESPONSABILIDAD LEGAL Y SOCIAL DE LOS MEDIOS DE CO- MUNICACION COLES- TIVA 4/0 8	RP 34 RELACIONES PUBLICAS I 4/0 8	
			RP 43 RELACIONES PUBLICAS II 4/0 8	
			RP 50 RELACIONES PUBLICAS Y DIRECCION 4/0 8	TC PRODUCCION TELEVISIVA I 3/3
			RP 77 SEMINARIO DE INVESTIGACION EN RELACIONES PUBLICAS 4/4 12	TC PRODUCCION TELEVISIVA II 2/3
5		2	7	
68		18	60	
110		52	137	



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).

plan de estudios

1. ¿cuál es su función?

- el licenciado en ciencias de la comunicación está en contacto con la realidad nacional e internacional
- maneja información.
- sabe cómo hacer una investigación, cómo analizarla y cómo transmitirla.
- está en aptitud de conocer las corrientes de opinión y de poder dirigir a ellas 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 públicas.

3. ¿qué aptitudes se requieren para hacer la carrera?

- destreza para el buen uso del lenguaje.
- destreza mental y agilidad para afrontar circunstancias imprevistas.
- dominio de sí mismo.
- sentido práctico.
- aptitud para el análisis.
- honradez en la obtención y transmisión de noticias.
- imágenes 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.

primer semestre

- I-1-OB introducción a los cursos de la comunicación.
- I-2-OB redacción I
- I-3-OB teoría I, teoría II
- I-4-OB teoría y taller de fotografía I
- I-5-OB historia mundial I
- I-6-OB historia de México I
- I-7-OB economía política I
- I-8-OB estadística I

segundo semestre

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

tercer semestre

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

cuarto semestre

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

quinto semestre

- V-1-OB géneros periodísticos de opinión.
- V-2-OB teoría y taller de cine I
- V-3-OB antropología filosófica.
- V-4-OB desarrollo de los medios de comunicación en México.
- V-5-OB introducción al estudio de la opinión pública.
- V-6-OB doctrinas políticas I

sexto semestre

- VI-1-OB organización de diarios y revistas.
- VI-2-OB teoría y taller de cine II.
- VI-3-OB cine-club.
- VI-4-OB problemas filosóficos fundamentales.
- VI-5-OB problemas socioeconómicos de México.
- VI-6-OB sociología de la comunicación colectiva.
- VI-7-OB doctrinas políticas II.

séptimo semestre

- VII-1-OB trabajo editorial y de imprenta.
 - VII-2-OB teoría y taller de t.v. I.
 - VII-3-OB análisis de contenido I.
 - VII-4-OB ética general y deontología.
 - VII-5-OB publicidad y propaganda I
- materia optativa
materia optativa

octavo semestre

- VIII-1-OB teoría y taller de t.v. II
 - VIII-2-OB análisis de contenido II
 - VIII-3-OB psicología de la comunicación colectiva.
 - VIII-4-OB filosofía social.
 - VIII-5-OB publicidad y propaganda II.
- materia optativa.
materia optativa

nota: el alumno, para realizar su examen profesional, debe demostrar aptitud para traducir dos idiomas.

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

CCC
AI
0109

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 cientificidad 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 formulación algunos proyectos de revitalización general del Plan de Estudios". (FELAFACS 84).

3.- CARACTERISTICAS:

La UNAM es una institución de carácter público, financiada por ayudas estatales y por la contribución de los alumnos. Ofrece la licenciatura y la maestría 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 comunicación colectiva.
- 4) Utilizar los medios de comunicación colectiva 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 emisiones, 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 conocimiento 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 información, de la opinión, o de la investigación. Tanto en su función de investigador como en la de informador comentarista y crítico social, podrá proporcionar soluciones 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 estar también, encaminada a la difusión del conocimiento y de los avances de su propia 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 esté 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 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/> 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/> 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/> 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
08	Géneros Periodísticos de Opinión (edito- rial, artículo de fondo y comentario)
<u>40</u>	

SEPTIMO SEMESTRE

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

OCTAVO SEMESTRE

08	Optativa
<u>40</u>	

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
AUTÓNOMA

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, agradez
co 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.

CCC
AI
0109

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

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 las 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).

UJCH

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

	SIGLA	CURSO	UNIDADES	REQUI SITO
Pre-Univ				
	LM 011	Morfosintaxis	8	
	DL 012	Segundo Idioma I	8	
SEMESTRE				
1	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	
2	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
3	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
4	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	Raío 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	Etica 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 432	Radio III - Producción	6
	CO 434	TV III - Producción	6
	CO 436	Información III	6
	CO 498	Seminario de Licenciatura	12
			CO 420
			CO 422
			CO 424
			CO 426
			CO 490

DESCRIPCION DE CURSOS

SO 165 METODOLOGIA DE LAS CIENCIAS SÓCIALES:

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.

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 1o. 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.

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.)
Cinematismo (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:



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.)
Cinematismo (Taller)
Audición Musical (Taller)
Idioma: Inglés

CUARTO SEMESTRE

Comun. 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

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

SEXTO SEMESTRE

Relaciones Públicas I
Opinión Pública
Medios y Técnicas 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 Técnicas 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 Relac. Pub. en Empresas
Casos Prácticos de Mercadot. y Public.
Medios y Técnicas de Comunicación III
(Publicidad por Cine, TV, Audiovisual)
Comunicación Social y Desarrollo
Problemas de la Comunidad
Taller de Publicidad
Seminario de Tesis
Idioma: Inglés

CCC
AI
0109

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
DIVISION DE CIENCIAS DEL HOMBRE
DEPARTAMENTO DE COMUNICACION.

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 el 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 distintas ramas 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).

CCC
AI
6109

PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACION

El Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación se forma de la siguiente manera:

Materias Obligatorias del Area Básica	112 créditos
Materias Obligatorias del Area Mayor	172 "
Materias Operativas del Area Mayor	8 "
*Materias del Area Menor	60 "
Materias del Area de Integración	40 "
Servicio Social	24 "
Area de Titulación (Opción Terminal)	16 "
El número mínimo de créditos requeridos para optar por el título es de:	432 créditos

*Según el subsistema que se elija.

CLAVE	SIGLA	AREA BASICA	MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA BASICA	PRERREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
4078			Prerrequisito de Inglés		0	0
2376	CM102		Teoría de la Comunicación I		4	8
2482	PS113		Psicología Social		4	8
5491	SO116		Introducción al Pensamiento Sociológico		4	8
5930	DE104		Derecho y Comunicación Colectiva		4	8
5493	SO118		Teoría Sociológica I		4	8
5883	LT120		Taller de Expresión y Composición Escrita I		4	4
5934	LT121		Taller de Expresión y Composición Escrita II		4	4
2323	AN202		Sociología y Antropología Social en México	LT120	4	4
2700	CM203		Teoría de la Comunicación II	CM102	4	8
2758	FL251		Filosofía Social		4	8
2381	CM308		Investigación de la Comunicación I	CM102	4	8
2701	CM309		Investigación de la Comunicación II	CM308	4	8
5350	FL386		Filosofía del Hombre		4	8
2295	HI325		Historia de México Contemporáneo		4	8
2258	FL319		Teoría del Conocimiento		4	8
			TOTAL:		FIJOS	112
			MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA MAYOR	PRERREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
5458	CM106		Semiótica	LT210	4	8

CLAVE	SIGLA	AREA MAYOR	MATERIAS OPTATIVAS DEL AREA MAYOR	PRERREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
5876	PS107	Organización Familiar			4	8
2382	CM210	Periodismo I		CM203	4	8
5937	11210	Linguística			4	8
5935	SO210	Corrientes Sociológicas Contemporáneas		50118	4	8
5931	11211	Pensamiento Filosófico en el México Actual			4	8
2383	CM211	Televisión I		CM203	4	8
2384	CM212	Radio I		CM203	4	8
2385	CM213	Cine I		CM203	4	8
2386	CM214	Publicidad I		CM203	4	8
5470	CM237	Comunicación de Instituciones I		CM203	2	4
2276	LT259	Discurso Literario I			2	4
2822	LT260	Discurso Literario II			2	4
2289	LT261	Discurso Literario III		LT259	2	4
2823	LT262	Discurso Literario IV		LT259	2	4
5899	PS277	Psicología de la Comunidad		PS113	4	8
5473	CM302	Teoría de la Comunicación III (Sociología)			4	8
5480	CM303	Teoría de la Comunicación IV (Psicología)		CM203	4	8
5501	SO303	Sociología Latinoamericana		CM203	4	8
2269	FL317	Filosofía de la Ciencia			4	8
5476	CM401	Teoría de la Comunicación V (Interpersonal)		CM203	4	8
5478	CM402	Teoría de la Comunicación VI (Filosofía)		CM203	4	8
2418	CM476	Investigación de la Comunicación III		CM309	4	8
5460	CM497	Investigación de la Comunicación IV		CM476	4	8
		TOTAL:			172	

MATERIAS OPTATIVAS DEL AREA MAYOR

Para cubrir los créditos del Área Mayor se tiene opción a elegir 8 créditos entre las materias que a continuación se mencionan, o bien de una Área Menor Especificante que no sea la suya.

CLAVE	SIGLA	AREA MAYOR	MATERIAS DEL AREA MENOR ESPECIFICANTE	PRERREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
5940	CM236	Temas Selectos en Comunicación (Literatura)			2	4
5941	CM238	Temas Selectos en Comunicación (Psicología)			2	4
5942	CM239	Temas Selectos en Comunicación (Educación)			2	4
5465	CM240	Temas Selectos en Comunicación (Tecnología)			2	4
		TOTAL:			Mínimo	8

SUBSISTEMA No. 1 (Periodismo)

El mínimo de créditos para cumplir con el Subsistema es de 60. Compuestos por: 56 créditos obligatorios y 4 créditos optativos a elección del alumno. Estos créditos sólo pueden cubrirse con las materias optativas del subsistema de periodismo que aparecen en este plan.

CLAVE	SIGLA	AREA MAYOR	MATERIAS DEL AREA MENOR ESPECIFICANTE	PRERREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
5472	CM301	Periodismo II (Medios)		CM210	2	4
2380	CM307	Opinión Pública		CM210	2	4
5483	CM310	Periodismo III (Empresa)		CM210	2	4
5486	CM313	Teoría de la Información Periodística I (Sociología)		CM210	4	8
5466	CM326	Teoría de la Información Periodística II (Historia)		CM210	4	8
5474	CM330	Prensa Comparada I		CM210	2	4
5475	CM332	Prensa Comparada II		CM210	2	4
2395	CM333	Laboratorio de Periodismo I		CM210	4	4
2396	CM334	Laboratorio de Periodismo II		CM333	4	4
5943	CM341	Taller de Géneros Periodísticos I		CM210, LT121	4	4
5477	CM347	Periodismo Interpretativo		CM333, CM341	2	4
5944	CM348	Taller de Géneros Periodísticos II		CM210, LT121	4	4

Materias Optativas (4 créditos)

CLAVE	SIGLA	AREA MAYOR	MATERIAS DEL AREA MENOR ESPECIFICANTE	PRERREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
2530	CM252	Laboratorio de Fotografía Fija I		CM210	4	4
5945	CM405	Seminario de Periodismo Político		CM210	2	4
5946	CM406	Seminario de Periodismo Económico		CM210	2	4

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR ESPECIFICANTE	PRERREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
5947	CM407	Seminario de Periodismo Cultural	CM210	2	4
5948	CM408	Seminario de Periodismo Científico	CM210	2	4
5949	CM409	Seminario de Periodismo y Literatura	CM210	2	4
TOTAL:				Mínimo	60

SUBSISTEMA No. 2 (Cine)

2530	CM252	Laboratorio de Fotografía Fija I		4	4
2273	FL315	Estética	CM213	4	8
6144	CM328	Dirección Escénica	CM213	4	4
2705	CM343	Lenguaje Cinematográfico	CM213	4	8
2706	CM344	Laboratorio de Cine I	CM213	4	4
2401	CM345	Laboratorio de Cine II	CM344	4	4
2404	CM349	Laboratorio de Realización I	CM344	4	4
2405	CM350	Historia de las Teorías Cinematográficas	CM213	4	8
5950	CM362	Guionismo de Cine I (Producción)	LT121	4	4
5951	CM410	Guionismo de Cine II (Adaptación)	LT121	4	4
2402	CM447	Montaje	CM344	4	8
TOTAL:				FIJOS	60

SUBSISTEMA No. 3 (Publicidad y Comunicación de Instituciones)

2299	AD101	Introducción a la Administración	AD101	4	8
5303	AD250	Fundamentos de Mercadotecnia	AD101	4	8
5304	AD251	Administración de Personal	AD101	4	8
2303	AD220	Elementos de Mercadotecnia	AD101	4	8
5952	CM354	Comunicación de Instituciones II (Externas)	CM237	2	4
5953	CM355	Comunicación de Instituciones III (Internas)	CM354	2	4
2406	CM356	Publicidad II (Administrativa)	CM214	4	8
2407	CM357	Publicidad III (Creativa)	CM214	4	8
2409	CM461	Seminario de Casos Prácticos sobre Mercadotecnia y Publicidad	AD250	2	4
TOTAL:				FIJOS	60

SUBSISTEMA No. 4 (Televisión)

2273	FL315	Estética	CM211	4	8
5954	CM351	Producción de Televisión I (Lab.)	CM211	4	4
2410	CM363	Guionismo de Televisión I	CM211, LT121	4	8

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR ESPECIFICANTE	PRERREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
2411	CM464	Guionimos de Televisión II	CM363	4	8
2413	CM466	Producción de Televisión II (Lab.)	CM351	4	4
2415	CM468	Televisión Educativa	CM211	4	8
5955	CM470	Producción de Televisión III (Lab.)		4	4
5956	CM471	Producción de Televisión IV (Lab.)		4	4
5957	CM472	Géneros y Formatos		2	4
5958	CM473	Televisión Pública y Rural		2	4
5959	CM475	Televisión Experimental		2	4
TOTAL:				FIJOS	60

SUBSISTEMA No. 5 (Teoría de Investigación de la Comunicación)

5479	CM411	Investigación de la Comunicación V	CM497	4	8
6057	CM412	Investigación de la Comunicación VI	CM411	4	8
6058	CM413	Procesamiento y Análisis de Datos I	CM497	4	8
6060	CM414	Prácticas de Campo III	CM479	2	4
6061	CM415	Prácticas de Campo IV	CM479	2	4
6059	CM416	Procesamiento y Análisis de Datos II	CM413	2	4
5463	CM417	Teoría de la Comunicación VII	CM203	4	8
5467	CM418	Teoría de la Comunicación VIII	CM417	4	8
2419	CM478	Prácticas de Campo I	CM497	2	4
2548	CM479	Prácticas de Campo II	CM478	2	4
TOTAL:				FIJOS	60

SUBSISTEMA No. 6 (Radio)

5481	CM304	Laboratorio de Producción de Radio I	CM212	4	4
5484	CM311	Periodismo Radiofónico	CM210, CM212	4	8
5485	CM312	Empresa Radiofónica	CM212	4	8
5487	CM314	Radio Educativa	CM212	4	8
5488	CM315	Cultura Musical (Laboratorio)	CM212	4	4
6064	CM352	Sociología de la Radiodifusión	CM212	4	8
6065	CM353	Radio Comparada	CM212	4	4
6062	CM358	Guionismo Radiofónico I	CM212, LT121	4	4
6063	CM361	Guionismo Radiofónico II	CM358	4	4
5482	CM403	Laboratorio de Producción de Radio II	CM304	4	4
TOTAL:				FIJOS	60

MATERIAS DEL AREA MENOR COMPLEMENTANTE

4647	LT286	Modelos Literarios I		4	8
------	-------	----------------------	--	---	---

SUBSISTEMA No. 7 (Literatura Latinoamericana)

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PREREQUISITOS	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
4687	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:				FIJOS	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:				FIJOS	32

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	Helenismo y Patristica		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:				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

18

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PREREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
5702	DI253	Técnicas de Impresión IV	DI256	4	8
5697	DI256	Técnicas de Impresión I	DI113	4	8
2708	CM293	Técnicas Audiovisuales		4	8
2407	CM357	Publicidad III (Creativa)	CM214	4	8
TOTAL:				FIJOS	60

SUBSISTEMA No. 10 (Sociología Urbana)

5362	SO106	Introducción a la Investigación Social		4	8
5451	SO238	Sociología Urbana I		4	8
3080	SO355	Sociología Urbana II		4	8
5507	SO404	Seminario de Sociología Urbana	SO238	4	8
5492	SO117	Seminario de Investigación I	SO106	4	8
5494	SO119	Práctica de Campo I	SO117	4	16
5443	SO121	Seminario de Investigación II	SO117	4	8
TOTAL:				FIJOS	64

SUBSISTEMA No. 11 (Sociología Rural)

5362	SO106	Introducción a la Investigación Social		4	8
5452	SO242	Sociología Rural I		4	8
3075	SO350	Sociología Rural II		4	8
5505	SO402	Seminario de Sociología Rural	SO242	4	8
5492	SO117	Seminario de Investigación I	SO106	4	8
5494	SO119	Práctica de Campo I	SO117	4	16
5443	SO121	Seminario de Investigación II	SO117	4	8
TOTAL:				FIJOS	64

SUBSISTEMA No. 12 (Sociología de la Educación)

5362	SO106	Introducción a la Investigación Social		4	8
5453	SO243	Sociología de la Educación I		4	8
3078	SO353	Sociología de la Educación II		4	8
5506	SO403	Seminario de Sociología de la Educación	SO243	4	8
5492	SO117	Seminario de Investigación	SO106	4	8
5494	SO119	Práctica de Campo I	SO117	4	16
5443	SO121	Seminario de Investigación II	SO117	4	8
TOTAL:				FIJOS	64

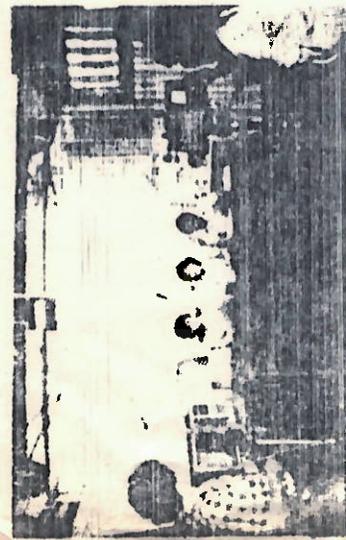
SUBSISTEMA No. 13 (Ciencias Políticas y Administración Públicas)

5498	SO208	Ciencia Política I		4	8
------	-------	--------------------	--	---	---

19

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR COMPLEMENTARIAS	PRERE- QUISITOS	HORAS SEM.	CREDI- TOS
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
				FUJOS	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.



Sala de transmisiones del circuito cerrado de T.V.

PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE LICENCIADO EN PERIODISMO

	a la semana
PRIMER SEMESTRE	4 horas
Redacción	1
Ortografía	1
Introducción a los medios de com. audiovisual	2
Historia de la cultura	3
Introducción a las ciencias de la información	2
Historia del periodismo	2
Introducción a la cuestión social	2
Lenguas españolas	2
Laboratorio de comunicación oral	2
Seminarios y conferencias	1

SEGUNDO SEMESTRE

	3 horas
Noticia en prensa	1
Introducción al periodismo radiofónico	1
Introducción al periodismo televisivo	2
Periodismo en América Latina	3
Métodos y tec. de invest. de campo del reportero	2
Sociología	2
Teoría económica	2
Letras mexicanas	2
Mecanografía	3
Seminarios y conferencias	1

TERCER SEMESTRE

	3 horas
Entrevista en prensa	1
Redacción para radio I	2
Redacción para televisión I	2
Geopolítica de la información	3
Sociología de la información	2
Fotografía I	2
Historia de las doctrinas económicas	2
Relaciones públicas	2
Conferencias	1

CUARTO SEMESTRE

	3 horas
La crónica en prensa	1
Redacción para radio II	2
Redacción para T.V. II	2
Fotografía II	3
Teoría de la comunicación	2
Psicología de la información	2
Ideas contemporáneas	2

QUINTO SEMESTRE

	3 horas
Reportaje en prensa	1
Reportaje en radio	2
Reportaje en televisión	2
Cultura cinematográfica	3
Comunicación Impresa I	3
Filosofía II	2
Problemas mexicanos	3
Introducción al derecho positivo mexicano	1
Seminarios y conferencias	1

SEXTO SEMESTRE

	3 horas
Columna, artículo y editorial	1
Noticiero en radio	2
Noticiero en televisión	1
Periodismo científico	3
Comunicación Impresa II	2
Laboratorio de Redacción I	3
Filosofía III	2
Régimen jurídico de la información	2
Problemas latinoamericanos	2
Seminarios y conferencias	1

SEPTIMO SEMESTRE

	3 horas
Laboratorio de redacción II	3
Crítica cinematográfica	2
Programa de análisis y comentario	2



Sala de redacción

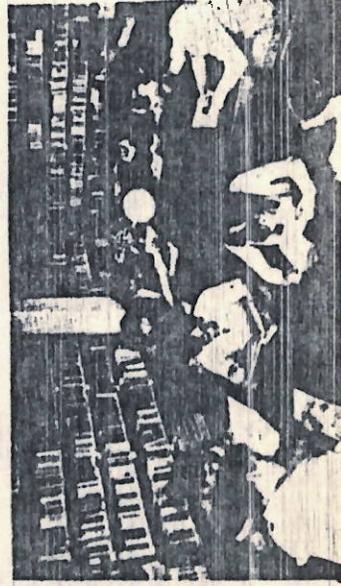
	en radio
Programa de análisis y comentario en televisión	1
Problemática contemporánea	2
Investigación en medios de comunicación social	2
Comunicología social	3
Ensayo	3
Ética periodística	2
Seminarios y conferencias	2
	1

OCTAVO SEMESTRE

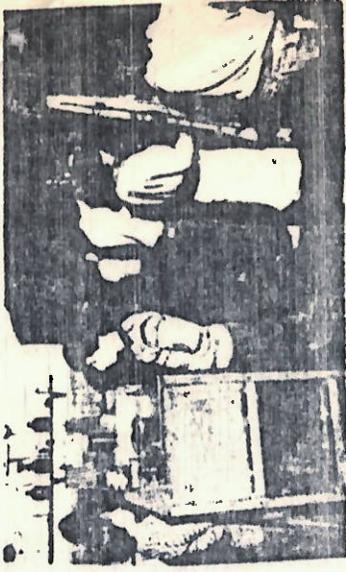
	Seminario para obtener licencia de locutor
Prácticas	3
Elaboración de tesis	3
Servicio social	3
Seminarios y conferencias	3

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

	a la semana
PRIMER SEMESTRE	3 horas
Redacción y ortografía	3
Teoría y práctica de la fotografía	3
Tecnología tipográfica	3
Teoría general de la información	1
Gramática española	3
Relaciones humanas	1
Mecanografía	3
Lógica de la expresión	2
Seminarios y conferencias	1



Sala de redacción



Laboratorio de fotografía.

SEGUNDO SEMESTRE

Redacción e información	3
Práctica fotográfica	3
Técnicas de edición en el periódico	3
Nociones de literatura en lengua española.	3
Laboratorio de comunicación oral	2
Sistemas intermedios de información	3
Nociones de problemática social	2
Seminarios y conferencias	1

TERCER SEMESTRE

Técnicas de redacción informativa	4
Fotografía de prensa	3
Técnicas de edición en la revista	3
Cultura de la imagen	2
Fotografía e historieta	3
La comunicación humana	2
Redacción para radio y televisión I	2
Seminarios y conferencias	1

CUARTO SEMESTRE

Taller de redacción creativa	3
Fotografía cromática en los medios	3
Teoría y práctica del diseño gráfico	3
Normas legales para las publicaciones	2
Tecnología de transmisión informativa	3
Ética profesional	2
Redacción para radio y televisión II	3
Seminarios y conferencias	1

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: 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
 Titulos: 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).

CCC
AI
0109

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.
Gulonismo.
Laboratorio Producción Radiofónica
Organización Radiofónica.

PERIODISMO

Práctico I.
Proceso Histórico del Periodismo.
Organización Periodística.

CINE

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

PUBLICIDAD Y REL. PUBLICAS

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

TELEVISION

Gulonismo 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)
Gulonismo II (Adaptación)
Taller de Fotografía de Cine I.

PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Investigación de Mercados.
Relaciones Públicas Internas.
Publicidad Creativa.

TELEVISION

Gulonismo 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

Musculología 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

