

PLAN DE ESTUDIOS
ORGANIZACION POR SEMESTRES

U. Autónoma de
Aguascalientes

= TRONCO COMUN =

CCC

AI

0179

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

PRIMER SEMESTRE

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

SEGUNDO SEMESTRE

8.-	Modelos Teóricos de la Comunicación	4 0	8	A Y H	COM.	1
9.-	Estadística Descriptiva y Probabilidad	4 0	8	BASICO	MAT.	
10.-	Estructura de la Lengua II (Semiología)	4 0	8	A Y H	COM.	3
11.-	Lógica Formal II	4 0	8	A Y H	FIL.	44
12.-	Filosofía del Hombre II	4 0	8	A Y H	FIL.	5
13.-	Tratamiento Humano de la Información	4 0	8	A Y H	COM.	6
	T O T A L	24 0	48			

TERCER SEMESTRE

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

CUARTO SEMESTRE

21.-	Estructura de los Códigos de la Comunicación (Semiótica)	4	0	8	A Y H	COM.	1, 8, 14
22.-	Teoría de la Administración	4	0	8	E. A.	ADMON.	
23.-	Historia de los Medios Masivos de Comunicación II (Fotografía, Cine)	3	2	8	A Y H	COM.	16
24.-	Psicología Social	4	0	8	A Y H	PSIC.	6, 13
25.-	Historia Socioeconómica y Política de México (siglos XVII, XVIII y XIX)	4	0	8	A Y H	SOC.	20
26.-	Metodología de la Investigación Social	4	0	8	A Y H	SOC.	
T O T A L		23	2	48			

QUINTO SEMESTRE

27.-	Teoría de la Comunicación Organizacional	4	0	8	E. A.	ADMÓN.	
28.-	Estructura de los Géneros Literarios	3	2	8	A Y H	COM.	3, 10
29.-	Comunicación de Innovaciones y Tecnología del Futuro	4	0	8	A Y H	COM.	16, 23
30.-	Microeconomía	4	0	8	E. YA.	ECONOMÍA	
31.-	Problemas Socioeconómicos y Políticos de México Contemporáneo (siglo XX)	4	0	8	A Y H	SOC.	
32.-	Publicidad y Comunicación Gráfica	3	2	8	A Y H	COM.	
		---	---	---			
		22	4	48			

SEXTO SEMESTRE

33.-	Comunicación en Grupos Pequeños	4	0	8	A Y H	PSIC.	
34.-	Metacomunicación y Relaciones Interpersonales	4	0	8	A Y H	COM.	3, 10
35.-	Introducción a los Sistemas Computacionales	4	0	8	BASICO	INFORMÁTICA	
36.-	Macroeconomía	4	0	8	E. A.	ECONOMÍA	30
37.-	Mercadotecnia	4	0	8	E. A.	ADMÓN.	
38.-	Seminario de Comunicación de Masas	4	0	8	A Y H	COM.	1, 8
		---	---	---			
	T O T A L	24	0	48			

TOTAL DE CREDITOS TRONCO COMUN 286

AREA DE ESPECIALIZACION EN COMUNICACION

ORGANIZACIONAL

SEPTIMO SEMESTRE

39.-	Dinámica de Grupos	0	6	6	A Y H	PSIC.	33
40.-	Etnología	4	0	8	A Y H	SOC.	17
41.-	Métodos Cuantitativos en Comunicación	3	2	8	A Y H	COM.	9, 2,
42.-	Administración de Recursos Humanos	4	0	8	E. A.	ADMON.	
43.-	Investigación de Mercados	3	2	8	E. A.	ADMON.	37
44.-	Comunicación Educativa y Desarrollo Social en México	4	0	8	A Y H	COM., EDUC., SOC.	
T O T A L		18	10	46			

OCTAVO SEMESTRE

45.-	Recursos Audiovisuales	2	2	6	A Y H	COM.	23
46.-	Etnografía	2	2	6	A Y H	SOC.	17, 40
47.-	Métodos de Observación en Comunicación	4	0	8	A Y H	COM.	26
48.-	Capacitación y Adies - tramiento	2	2	6	E. A.	ADMON.	
49.-	Psicología de la Empresa	4	0	8	A Y H	PSIC.	
50.-	Elaboración de los Mensajes Educativos	4	0	8	A Y H	COM., EDUC.	44
51 -	Relaciones Públicas	3	0	6	E. A.	ADMON.	
T O T A L		21	6	48			

NOVENO SEMESTRE

52.-	Diseños y Modelos de Organización	4	0	0	E. A.	ADMON.	27
53.-	Comunicación Interna y Externa en la Empresa	4	0	8	E. A.	ADMON.	27
54.-	Planeación de Programas Comunales	4	0	8	A Y H	CON., SCC.	17, 20, 25
55.-	Diseño Gráfico	0	6	6	TECNOLOGICO	DISE	
56.-	Sociología de la Empresa	4	0	8	A Y H	SCC.	41
57.-	Seminario en Desarrollo Organizacional	1	6	8	E. A.	ADMON.	27, 49
<u>T O T A L</u>		<u>17</u>	<u>12</u>	<u>46</u>			

DECIMO SEMESTRE

58.-	Seminario Avanzado en Investigación (Asesoría)	3	0	6	A Y H	CON.	
	Síntesis Profesional (Opcional)			15	A Y H	CON.	
	a) Investigación de Campo en Grupos Etnicos.						
	b) Investigación de Campo en Empresas Públicas o Privadas.						
	c) Investigación de Campo en Instituciones Académicas.						
<u>T O T A L</u>		<u>3</u>	<u>0</u>	<u>21</u>			

TOTAL DE CREDITOS EN LA ESPECIALIDAD 161

TOTAL DE CREDITOS EN LA CARRERA 447

AREA DE ESPECIALIZACION EN COMUNICACION

DE MEDIOS MASIVOS

SEPTIMO SEMESTRE

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

OCTAVO SEMESTRE

45.-	Recursos Audiovisuales	2	2	6	A Y H	COM.	16, 60
65.-	Administración y Financiamiento de los Medios Masivos de Comunicación	3	0	6	E. A.	ADMON.	
66.-	Radio II	1	4	6	A Y H	COM.	16, 61
67.-	Periodismo II	1	4	6	A Y H	COM.	16, 62
68.-	Televisión II (Producción Comercial y Publicitaria)	2	4	8	A Y H	COM.	16, 63
69.-	Semiología del Cine	4	0	8	A Y H	COM.	64
50.-	Elaboración de los Mensajes Educativos	4	0	8	A Y H	COM. Y EDUC.	44
	T O T A L	17	14	48			

NOVENO SEMESTRE

70.-	Bases Socioculturales de la Comunicación - Icónica	4	0	8	A Y H	COM. Y SOC.	
71.-	Semiótica de la Publicidad	4	0	8	A Y H	COM.	21, 22
55.-	Diseño Gráfico	0	6	6	TECNO-LOGICO	DISENO	
72.-	Televisión III (Producción Educativa y Cultural)	2	4	8	A Y H	COM.	65, 63, 68
73.-	Cine Documental Educativo	2	4	8	A Y H	COM.	64, 69
74.-	Análisis de Contenido de los Mensajes de los Medios Masivos de Comunicación	4	0	8	A Y H	COM.	
T O T A L		16	14	46			

DECIMO SEMESTRE

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

TOTAL DE CREDITOS EN LA ESPECIALIDAD 161

TOTAL DE CREDITOS DE LA CARRERA 447

CCC
AI
0179

PLAN DE ESTUDIOS

(ABREVIADO)

CARRERAS DE: LICENCIADO EN MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION
LICENCIADO EN COMUNICACION ORGANIZACIONAL

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

OBJETIVOS ESPECIFICOS: - Ofrecer dos carreras dentro del plan de estudios.

- Preparar en un lapso de 10 semestres a partir de septiembre de 1983 la primera generación de profesionistas en Comunicación.

PERFIL DE EGRESADOS

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

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

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

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

- Concientización de la importancia de las relaciones humanas.
- Obtener un amplio conocimiento de su herencia histórica y cultural.
- La participación en la problemática política, social y económica de México.
- El conocimiento del lenguaje humano y sus orígenes.
- El conocimiento teórico de las diversas corrientes que estudian la comunicación.
- El aprendizaje general de las herramientas técnicas de la comunicación.
- Introducir al alumno a la investigación en ciencias sociales.

Con el propósito de satisfacer la demanda de la localidad, se complementa este plan de estudios con 2 opciones de carrera. Con él se pretende sensibilizar al estudiante para que en cualquiera de las 2 carreras que elija - pueda desempeñar una labor encaminada a la educación y superación de los individuos, grupos o instituciones en que labore.

Las 2 carreras que se ofrecen son:

	Producción Docente
Comunicación en Medios Masivos	Producción Cultural
	Producción Comercial
Comunicación Organizacional	

COMUNICACION EN MEDIOS MASIVOS

Esta carrera se caracteriza por el dominio técnico y creativo de las herramientas en comunicación: recursos audiovisuales, gráficos e impresos.

Para poder optar por esta carrera se requiere: tener las siguientes habilidades:

- Creatividad e imaginación.
- Capacidad para solucionar problemas.
- Habilidades técnicas.
- Dominio de la redacción y oratoria.
- Conciencia de trabajo en equipo.
- Capacidad de mando.
- Inquietud para innovar y estar actualizado.

El egresado en esta carrera dadas las necesidades de la localidad de Aguascalientes puede encauzarse:

- 1.- Producción Docente.
- 2.- Producción Comercial.
- 3.- Producción Cultural

PRODUCCION DOCENTE.- Apoyo a la enseñanza en Instituciones de Enseñanza Superior, S.E.P., e I.N.B.A., realizando programas educativos con las diferentes herramientas de comunicación. Televisión, radio, cine documental, audiovisua-

PRODUCCION COMERCIAL.- En este renglón el desempeño de actividades a realizar por el profesional de la Comunicación comprenden las siguientes áreas:

- Radio.
- Prensa.
- Revistas.
- Publicidad.
- Audiovisuales.
- Redacción de textos, discursos, guiones, etc.

PRODUCCION CULTURAL.-

- Cine documental educativo.
- Televisión.
- Radio.
- Periódicos Universitarios y culturales.
- Campañas gubernamentales a través de los medios.
- Redacción de textos, discursos, guiones, etc.

El egresado de esta carrera desarrollará en el campo de trabajo las siguientes funciones.

- Investigación.
- Producción de Programas en los medios masivos.
- Realización de Programas en los medios masivos.
- Evaluación de Programas en los medios masivos.
- Dirección de Programas en los medios masivos.
- Orientación de la opinión pública.

COMUNICACION ORGANIZACIONAL

Considerando que toda empresa en que labore un grupo de individuos con un objetivo común es una organización, el individuo especializado en esta - - área puede desempeñar actividades en organizaciones públicas y privadas, culturales y educativas, como también en el desarrollo de la comunicación intercultural.

Para que el estudiante pueda ser admitido en esta carrera se requiere poseer de preferencia las siguientes habilidades:

- Capacidad para detectar problemas

observador

- Facilidad en las relaciones humanas.
- Iniciativa propia y cualidades de liderazgo.
- Conocimiento de la organización como sistema social.
- Dominio de la redacción y oratoria.
- Conciencia del trabajo en equipo.

Esta carrera ofrece 3 campos diferentes de trabajo de acuerdo a las necesidades reales de la localidad de Aguascalientes:

1.- En organizaciones públicas

- Trabajo en comunidades rurales,
- trabajo en pequeñas sociedades y grupos étnicos,
- en el I.N.B.A. y sus dependencias,
- en instituciones de educación superior,
- en dependencias oficiales (SARH, SEP, GOB. DEL ESTADO, PATRONATO DE LA FERIA, ETC.),
- en organismos paraestatales (BANRURAL, CONASUPO, ETC.).

2.- En organizaciones privadas

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

3.- Trabajo en consultoría

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

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

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

carreras de Comerciología, las cuales se crean
 en el Centro de Estudios Navales y de la Armada.
 Inicialmente las carreras comenzaron a
 impartirse el 22 de agosto de 1983. Ingresaron
 45 alumnos por curso.

Cada carrera cuenta con un plan de estudios
 específico. Sin embargo, existe un tronco común
 en las asignaturas básicas. Hay un curso
 de fundamentos y los últimos años tienen
 especialidad en cada carrera.

Actualmente se depende del Dpto. de Estudios
 el cual depende a su vez del centro de
 Alta y Media Educación.

Se espera pronto la formación del
 propio Dpto. de Comerciología el cual se
 planea de para este año.

Los planes curriculares son
 inconsistentes.

La alta educación ha alcanzado en
 el segundo semestre. El índice de deserción
 es alto, sobre todo en el primer año.
 Como que se está aceptando ya la educación.

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 éstos 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"/>		Dep. de Prensa
	Mimeógrafo		
	Ofíset <input checked="" type="checkbox"/>		"
	Sala de diagramación <input checked="" type="checkbox"/>		"
	Sala de Redacción		
	Máquinas de escribir <input checked="" type="checkbox"/>		diversas dependencias
T.V.	Estudio de T.V. <input checked="" type="checkbox"/>		Dep. Video Producción
	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"/>		Dep. Diseño Gráfico
	Ampliadora <input checked="" type="checkbox"/>		
	Blanco/negro <input checked="" type="checkbox"/>		"
	Ampliadora <input checked="" type="checkbox"/>		"
	Color		
	Cámaras		
	Iluminación <input checked="" type="checkbox"/>		

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

V. PLAN DE ESTUDIOS

(Se anexa el plan de estudios del curso de la carrera de... también la bibliografía adjunta...)

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

- a. Escriba las asignaturas que se dictan durante toda la carrera.
- b. Al lado de cada una, mencione el número de horas de clase semanal, incluyendo tanto las clases teóricas como las prácticas (laboratorios, talleres, etc.).
- c. 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.).
- d. Anote mínimo tres textos que preferentemente se exijan como lecturas en cada asignatura (título y autor).

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

Profesor	Tema



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

DESCRIPCION DE MATERIAS POR SEMESTRES

TRONCO COMUN.

- 1.- INTRODUCCION AL CAMPO DE LA COMUNICACION.- El alumno aprenderá las herramientas necesarias para desarrollar su creatividad. Se estudiarán los elementos y conceptos básicos de la comunicación y se analizarán en forma general las diversas teorías que se han generado. Así mismo se contará con un taller para que a través de la animación los alumnos perciban los diversos aspectos inherentes de estos campos.

Texto: M. Mc. Luhan, "La comprensión de los medios como las extensiones del hombre", Ed. Diana, México, 1975.

D. Berlo "El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica" - El Ateneo Ed. 1972.

- 2.- EXPRESION VERBAL.- Esta clase desarrolla las habilidades comunicativas del alumno en tres diferentes contextos: interpersonal, en grupos pequeños y en público. Dominio de la oratoria y de las diferentes manifestaciones de expresión oral. (Simposio, Mesa Redonda, Panels, Conferencias, etc.)

Texto: A.H. Monroe- D.W. Ehringer, "Comunicación oral", Ed. Hispano Europea. España 1973.

- 3.- ESTRUCTURA DE LA LENGUA ESPAÑOLA I (GRAMATICA SEMANTICA).

Repaso de las estructuras gramaticales básicas del idioma español. Se estudiarán los fundamentos de la comunicación, origen del lenguaje humano, el lenguaje como instrumento de la comunicación, lenguaje y sociedad, fonética, fonología, morfología, sintaxis, semántica, discurso, así como las escuelas y corrientes de la lingüística del siglo XX.

Texto: Chomsky "Semántica y Sintaxis" Alianza Editorial --
Mexicana, México, 1972.

J. Roca Pons, "El Lenguaje" Ed. Teide, S.A. Barce--
lona, 1973.

- 4.- LOGICA FORMAL I.- Contenido en el Departamento de Filosofía y Letras.
- 5.- HISTORIA DEL HOMBRE I.- Contenido en el Departamento de Filosofía y Letras.
- 6.- PSICOLOGIA GENERAL.- Se introduce al alumno de las teorías y conceptos que forman el cuerpo general de la psicología: motivación, percepción, atención, procesos afectivos, conflictos, adaptación, mecanismos de defensa, criterios de madurez, elementos generales de la personalidad.
- 7.- LECTURA Y METODOLOGIA DEL TRABAJO INTELECTUAL.- Conocimiento de las metodologías adecuadas para que el alumno aprenda a desarrollar el trabajo intelectual. Introducción a la investigación para facilitar el aprendizaje y desarrollo del saber.

Texto: Zubizarreta A.F. "La aventura del trabajo Intelectual". Fondo de Cultura Económica, S.A., México, 1977.

- 8.- MODELOS TEORICOS DE LA COMUNICACION- Curso de introducción a la reflexión teórica en el campo de la comunicación humana y social. Las diferentes tendencias de la comunicación serán examinadas y comparadas entre ellas. Prácticamente uno o dos modelos teóricos serán seleccionados y profundizados.

Texto: Arannuren J.L., "La Comunicación Humana" Biblioteca para el hombre actual, Mc Graw Book Co.

M.J.R. "Una Lógica de la Comunicación" Ed. Suiel, --
París, 1970.

- 9.- ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA Y PROBABILIDAD.- Definiciones básicas de estadística, variables y su clasificación, medidas de presentación tabular y gráfica, medidas de tendencia central y de dispersión, distribuciones, conjuntos de frecuencia, técnicas de conteo, probabilidad, distribuciones de probabilidad, modelos matemáticos.

- 10.- ESTRUCTURA DE LA LENGUA II (SEMIOLOGIA).- En este curso se estudiarán las teorías de: F. Saussure, F. Benveniste, N. Chomsky, L. Hjelmslev, J. A. Greimais, P. Jakobson, Pierre, Pianet, Todorov, O. Ducrot.
Se precisarán los conceptos de forma y substancia, significado, significante, proceso semántico, semántica estructural, sociolingüística, lingüística diacrónica y sincrónica, Lingüística aplicada,
Texto: P. Jakobson "Essais de linguistique générale". Les editions de Minuit, París, 1976.
L. Hjelmslev "Prolegómenos á une théorie du langage". Les editions de Minuit, París, 1971.

- 11.- LOGICA FORMAL II.- Contenido en el Depto. de Filosofía y Letras.

- 12.- HISTORIA DEL HOMBRE II.- Contenido en el Depto. de Filosofía y Letras.

- 13.- PSICOLOGIA DEL APRENDIZAJE.- El objetivo general del tratamiento humano de la información, comprender los principios por los cuales el humano impone sentido a los mensajes provenientes de su medio ambiente físico y social. En

este curso se tocarán los temas: comunicación y percepción-reconocimiento de las formas visuales, la retención y el olvido de la información y su representación en la memoria, conocimiento de las reglas subyacentes a la capacidad de comprender el lenguaje.

Texto: Lindsay "Tratamiento Humano de la Información". Ed. Etudes Vivantes, Montreal, 1980.

- 14.- COMUNICACION NO VERBAL.- Comunicación no verbal en los intercambios humanos. Desarrollo del lenguaje no verbal estudiando áreas como: proxémica, kinesica, paralingüística, gestulación. Métodos de observación en las reglas que gobiernan esta forma de comunicación.

Texto: Scheflen I. A., "Body Language and the social order", Ed. Prentice Hall, New Jersey, 1972.

- 15.- ESTADISTICA INFERENCIAL.- Diagrama de árbol, reglas de conteo, permutación y combinaciones, modelos matemáticos, curvas de distribución y sus aplicaciones, teoría elemental de muestreo, teoría clásica de estimación, teoría clásica de prueba, diseño experimental y análisis de variancia.

- 16.- HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION I. (Radio, T.V., periodismo).- Curso en que se estudiará la historia: orígenes y evolución del periodismo, radio y T.V. analizándolos comparativamente. Reflexión de el impacto de estos medios en la sociedad.

Conocimiento teórico de los aspectos técnicos, sus componentes y posibilidades. Inicio a la asistencia a laboratorios de Audio y Video.

Texto: Beneytos J. "Conocimiento de la Información" Ed. Alianza, Madrid, 1973.

- 17.- SOCIOLOGIA.- Permite al alumno un acercamiento a las teorías y conceptos más relevantes en el campo. Elementos de la vida social, patrones sociales, instituciones sociales, tendencias y cambios en las sociedades, comportamiento colectivo, cambio social, organización social, cultural, socialización, análisis de las principales instituciones sociales.

Texto: L. Proom y P. Selznick "Sociología" Ceesa, México 1972.

- 18.- FILOSOFIA DE LA CIENCIA.- Contenido en el Departamento de Filosofía y Letras.

- 19.- REDACCION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.- La imaginación en la creación. La descripción y la narración en sus técnicas. La importancia del diálogo. Generalidades sobre redacción periodística. Redacción de textos y guiones para radio, cine y televisión.

- 20.- HISTORIA Y SEMIOLOGIA PREHISPANICA DE MEXICO (al Siglo XVI).- Estudio de la historia y de las manifestaciones culturales de México antiguo. Reflexión sobre los diversos fenómenos comunicacionales de las culturas prehispánicas y de su encuentro con el mundo occidental. Análisis simbólico de los diferentes trazos culturales en ambas civilizaciones. Visión sobre los acontecimientos que estructuraron la vida de nuestros antecesores. Se estudiará su semiología, su filosofía, su lengua, literatura, música y poesía.

(Chilam Balam, Popol Vuh - códigos prehispánicos).

Texto: T. Todorov "La Conquête de la Amerique" Ed. Seuil París, 1982.

Jacques Sousstelle "Los cuatro Soles de México"- ed. Plon, 1967.

21.- ESTRUCTURA DE LOS COLIGOS DE LA COMUNICACION. (SEMIOTICA).

Estudio de las diferentes escuelas contemporáneas que estudian la semiótica. Relación códigos-mensajes. Análisis de la función de simbolización permitiendo la comunicación. Análisis de la relación general entre la producción simbólica e interacción simbólica.

Texto: F. Barthes, "El sistema de la Moda" Ed. S. XX, México, 1970.

U. Eco. "La Estructura Assente" Ed. Lumen, Barcelona, 1975.

22.- TEORIA DE LA ADMINISTRACION.- Concepto e historia de las actividades administrativas, los distintos enfoques o escuelas, análisis de las fases del proceso administrativo (planeación, organización y control). Introducción a la organización y a las funciones básicas de toda empresa: Mercadotecnia, producción, recursos humanos, compras y finanzas, analizando la responsabilidad social de toda empresa para la comunidad.

23.- HISTORIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION II. (FOTOGRAFIA Y CINE).- Estudio de la historia; orígenes y evolución de la fotografía y cinematografía. Análisis del impacto de estos medios en la sociedad, haciendo énfasis en el cine mexicano. Aspectos técnicos, sus componentes y posibilidades de ambos medios.

Texto: A. Desilets. "Técnica Fotográfica" Ed. Daimon, España, 1971.

García Riera E., "Historia Documental del cine Mexicano" Ed. Serie Mayor, México, 1971.

Bazin André, "Ou' est-ce que le cinéma?" Ed. du Cerf, París, 1961.

- 24.- PSICOLOGIA SOCIAL'- Se introduce al alumno al conjunto -- de teorías y conceptos que forman el cuerpo general de la psicología social para mejorar la comprensión de la conducta humana y penetrar al campo de métodos y enfoques -- teóricos más complejos: percepción social, asociación, -- atracción, agresión, violencia, altruismo. Actitudes y -- conductas, cambio de actitudes, conducta interpersonal y ambiente físico. Conducta de grupos y comunidades .
- Texto: Salomon E. Asch, "Psicología Social" Ed. Universitaria de Buenos Aires, 1972.
- 25.- HISTORIA SOCIOECONOMICA Y POLITICA DE MEXICO. (S. XVII, -- XVIII, XIX y Principios del XX).- Fines de la Colonia, -- Independencia, el triunfo de la República, Reforma, Porfiriato, la revolución de 1910, causas y efectos. Se analizarán los problemas políticos, sociales y económicos -- existentes en las etapas que han formado nuestro país. Mesas redondas y discusión.
- Texto: Cosío Villegas I.B. A.M.T. L.G. E.B. "Historia Mínima de México" Ed. El Colegio de México, México, 1981. Otros a -- elección del docente...
- 26.- METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION SOCIAL.- Aprender herramientas y técnicas de la investigación social. Conocer -- las diversas metodologías para abordar las problemáticas de los fenómenos sociales. El alumno aprenderá a: seleccionar una problemática de investigación, crear hipótesis y cuestionarios, sondeos, variables, conocimiento de grupos experimental y control.
- Texto: "F. Pardinas, "Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales" Ed.S.A - Siglo XXI México, 1973.

- 27.- TEORIA DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL.- Curso de introducción a la comunicación en las organizaciones humanas. Este curso se concentrará sobre todo a las investigaciones y teorías contemporáneas como a las intervenciones en el campo por parte de algunos especialistas.

Texto: G.M. Goldhaber "Comunicación Organizacional" Logos, Consorcio Editorial, México, 1974.

- 28.- ESTRUCTURA DE LOS GENEROS LITERARIOS.- Análisis y estudio de los diversos géneros literarios, su estructura y composición. Lecturas, mesas redondas de discusión de prosa y poética.

Texto: Diversos libros a elección del maestro (cuento, novela, poesía, clásicos y contemporáneos).

- 29.- COMUNICACION DE INNOVACIONES Y TECNOLOGIA DEL FUTURO.- Este curso proporcionará al estudiante adquirir un gran conocimiento de los principios teóricos y técnicos de las nuevas tecnologías particularmente las ligadas al desarrollo de la informática.

Texto: Dunlap, O.E. "Communication in Space" Ed. Harper AND Row, New York, 1970.

- 30.- MICROECONOMIA.- Estudio de los problemas que enfrenta la empresa en su función de combinar los recursos productivos en forma eficiente para fabricar los bienes que la sociedad demanda.

El estudiante adquirirá una comprensión del problema económico y sus posibles soluciones a través de la acertada combinación de los factores de producción tomando en consideración los rendimientos variables de dichas combinaciones.

Texto: González, Maza Zavaia "Tratado moderno de economía General" South Western, 1976.

- 31.- PROBLEMAS SOCIOECONOMICOS Y POLITICOS DE MEXICO CONTEMPORANEO (S. XX).- Análisis del México actual con una perspectiva histórica. Constitución de 1917, presidencialismo, partidos políticos, organizaciones obreras y campesinas, Reformas Sociales, administrativas y políticas en los diferentes períodos de gobierno hasta la actualidad.

Nacionalización de la banca, petrolización, deuda externa, relaciones internacionales, desempleo, educación, vivienda, crecimiento demográfico (estos temas se trataron a manera de seminario).

Texto sugerido: Vernon R. "El Dilema del Desarrollo Económico de México" Ed. Diana, -- México, 1974.

Cosío Villegas Daniel. "El sistema político mexicano"

Joaquín Mortiz, México, 1979.

- 32.- PUBLICIDAD Y COMUNICACION GRAFICA.- El curso contiene los principios básicos para el manejo del grafismo en su aspecto creativo para aplicarlo en la publicidad y en el periodismo. Se desarrolla por medio del método activo (teórico-práctico) con el objetivo de conocer los conceptos y ponerlos en práctica ejecutando una serie de ejercicios en que se manejan diversos materiales gráficos y publicitarios.

Texto: Bowman "Graphic Communication" John Wiley & Sons, Inc., New York, 1968.

Dastot. "La Publicité" principe et méthodes. Ed., - Gérard, Verviers, 1973.

33.- COMUNICACION EN GRUPOS PEQUEÑOS.- En este curso el alumno aprende a identificar los diferentes procesos de comunicación en grupos pequeños.

A través de un análisis teórico práctico del comportamiento de las personas en grupos, se observan las diferentes orientaciones teóricas del estudio de los grupos humanos (funcionalista, transaccionalista, estructuralista, etnometodológica, simbólica, interaccionista). El curso enfatiza aquellos aspectos que afectan la comunicación en grupos pequeños tales como: normas de grupo, roles, liderazgo, etc.

Texto: M.S. Olnsted "El pequeño grupo" Ed. Paidós Buenos Aires 1975.

R.J. Ofshe "Interpersonal behavior in small groups" Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1973.

34.- METACOMUNICACION Y RELACIONES INTERPERSONALES.- Se pretende tratar la expresión comunicacional de las relaciones interpersonales. El estudio de la metacomunicación ayudará a profundizar esta problemática. Se conocerán también las diferentes escuelas que han estudiado este fenómeno (Palo Alto, filosofía analítica, lingüística, semiótica).

Texto: Bateson G., "Vers une Ecologie de l'esprit" Ed. Sevil, París, 1977.

Austin, "Quand dire, c'est faire" Ed. Sevil, París, 1970.

35.- INTRODUCCION A LOS SISTEMAS COMPUTACIONALES.-Adquirir conocimientos generales del área de ciencias computacionales y del campo de los sistemas de información, de manera que el alumno sea capaz de comprender el funcionamiento de una computadora así como los diferentes tipos de procesamiento de dato existentes y las bases numéricas sobre las

cuales puede operar un procesador electrónico de datos.

Texto: Bertalanffy, "Théorie générale des systèmes", París, Dunod, 1973.

- 36.- MACROECONOMIA.- Dar una visión general de las variables macroeconómicas. El alumno conoce temas como: función de consumo, determinantes de la inversión, deuda del gobierno, política monetaria y fiscal, inflación y desempleo, proceso de crecimiento.

Texto: R. Gill "La Economía y el interés público" Ceesa, México, 1976.

- 37.- MERCADOTECNIA.- Analizar la función de mercadotecnia en la empresa y las principales variables controlables: precio, producto, distribución y promoción.

Texto: W.M. Pride "Marketing basic concepts and decisions" Houghton-Mifflin Boston, 1977.

- 38.- SEMINARIO DE COMUNICACION DE MASAS.- Se presentan y analizan las diferentes teorías de comunicación colectiva. Los alumnos investigan y exponen diferentes aspectos del impacto de los contenidos en los medios de comunicación colectiva sobre diferentes tipos de audiencias. Discusión en grupo.

Texto: U. Eco "Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas", Ed. Lumen Barcelona, 1974.

De Fleur "Teorías de la comunicación masiva" Paidós, Buenos Aires, 1980.

DESCRIPCION DE MATERIAS POR SEMESTRE EN EL AREA
DE ESPECIALIDAD DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL.

- 39.- DINAMICA DE GRUPOS.- Aplicación práctica de los modelos de interacción en los procesos interpersonales de grupos. Familiarización con las principales teorías.
- Texto: D. Cartwright, A. Zander. "Dinámica de Grupos", -- Ed. Trillas, México, 1977.
- 40.- ETNOLOGIA.- Estudio teórico, definición y configuración de las razas, los pueblos y diversos grupos humanos, sus caracteres antropológicos, sociales y culturales.
- Texto: J. Scustelle "Les quatre Joleils du Mexique", Ed. Plon, París, 1967.
- C. Levi-Strauss "Tristes Tropiques" Ed. Plon, París, 1961.
- 41.- METODOS CUANTITATIVOS EN COMUNICACION.- Metodología de la investigación social en comunicación apoyada fuertemente en las estadísticas y en la computación. Análisis de datos y muestreos, análisis de factores por componentes principales, sondeos, interpretación y aplicación de resultados. Selección de un tema en comunicación y realización de la investigación experimental.
- Texto: Monge P.R.; Capella, J.N. "Multivariate Techniques in human communication research"- Academic, Press, Human communication-series, New York, 1980.
- 42.- ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS.- Curso que proporciona al estudiante los conocimientos y herramientas necesarias para aplicar el proceso administrativo al área de los recursos humanos. Se pretende que se apliquen los

conocimientos sobre el comportamiento individual a las --
situaciones de interacción en grupos, relación jefe-subor-
dinado y liderazgo, tanto en la organización formal como
informal.

- 43.- INVESTIGACION DE MERCADOS.- Proporcionar al alumno los --
principios fundamentales de la investigación de merca- --
dos como una herramienta del área de mercadotecnia en la
adquisición y análisis de información, relevante para --
la identificación y solución de problemas que ayuden a --
la toma de decisiones. El alumno deberá realizar una in-
vestigación de mercados práctica.

Texto: D.S. Tull "Marketing research" Mc Millan, 1976.

- 44.- COMUNICACION EDUCATIVA Y DESARROLLO SOCIAL.- Estudio de--
la evolución de la educación en México. Instituciones y--
políticas educativas.
Lecturas y discusión. Examen crítico de las formas de co-
municación y comprensión del papel que juega en el ambi-
to de la educación en la actualidad. Estudio de las ten-
dencias de una nueva educación apoyada en las técnicas --
comunicacionales y el aprovechamiento que de éstas se pue-
da hacer para contribuir al desarrollo social de nuestro
país.

Texto: F. Gutiérrez "Pedagogía de la Comunicación" Ed. Hu-
manitas, Buenos Aires, 1974.

- 45.- RECURSOS AUDIOVISUALES.- Realización periódica de audio--
visuales desarrollo de la creatividad del alumno. Estudio
de la concepción, de la planificación, de la organización,
de la evaluación de mensajes pedagógicos implicando la uti-
lización de lenguajes y de los medios audiovisuales de --

acuerdo a una problemática específica.

Texto: Kemp E. "Planificación y Producción de Materiales Audiovisuales" R.S.I. México, 1973.

46.- EINOCRAFIA.- Estudio descriptivo y análisis de los usos de los géneros de grupos humanos que viven y coexisten en la sociedad. Trabajo de campo apoyado en los conocimientos teóricos adquiridos en el curso de etnología.

C. Levi Strauss "Anthropologie Structurale" Ed. Plon, París, Vol. 1,2 1970.

47.- MÉTODOS DE OBSERVACION EN COMUNICACION.- Importancia de la observación como método de observación. Práctica en situaciones reales donde el alumno adquiere la capacidad de detectar las problemáticas existentes en una empresa. Definición Operacional de los diferentes tipos de conflictos sociales, relación entre estos y los diversos medios de comunicación.

Texto: Emert, P., "Methods of Research in Communication" Ed. Houghton Mifflin, Boston, 1970

48.- CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO.- En este curso el alumno será capaz de diagnosticar las necesidades de capacitación y adiestramiento que tiene el personal de una organización y será capaz utilizando herramientas de comunicación de elaborar programas, implantar, administrar y evaluar dichos programas.

49.- PSICOLOGIA DE LA EMPRESA.- Ubica a la psicología en el campo de la industria. Amplía y aplica conceptos de psicología en situaciones de trabajo como selección, entrenamiento y evaluación del personal, mejoramiento de las

relaciones humanas dentro de la empresa. Fundamentos psicológicos de seguridad industrial. Principios que rigen la relación hombre-máquina y sistemas sociotécnicos.

Texto: H.R.F. Maier "Psychology in Industria Organiza- - tions". Ed. Houghton-Mifflin, Boston, 1973.

50.- ELABORACION DE LOS MENSAJES EDUCACIONALES.- El alumno - - aprenderá a diseñar mensajes con carácter educativo que respondan creativamente ante las exigencias de la localidad, capaces de comunicar valores humanos y conocimientos científicos, preparar mensajes referentes a la enseñanza en todos sus niveles y modalidades.

Texto: Rodríguez Dieguez J.L., "Las Funciones de la Imá- - gen en la Enseñanza". Ed. Gustavo Gili S.A. Barcelona, 1977.

51.- RELACIONES PUBLICAS.- A través de la comunicación humana y del uso de las herramientas de la comunicación, el estudiante aprenderá a determinar y evaluar la opinión pública asesorar a la gerencia acerca de los modos de manejarla y utilizar la comunicación para influenciarla. Creación de una imagen favorable de personas, grupos e instituciones.

52.- DISEÑOS Y MODELOS DE ORGANIZACION.- En este curso tiene - - por objeto el estudio de la organización como parte de la actividad administrativa de empresas e instituciones. Específicamente se concentra en las técnicas, teorías y - - prácticas del análisis conducentes al diseño y cambios necesarios en la estructura y sistemas de operación de - - las organizaciones. Conocimiento de los diversos modelos de organización.

Texto: K.S.S. "Text, cases and readings on the Management of Organizational design and change" Irwin, Boston, 1979.

- 53.- COMUNICACION INTERNA Y EXTERNA.- Conocimiento de lo referente a flujos de comunicación en la empresa, barreras, ruidos, rumores dentro de la empresa y aplicación de estos modelos en ejercicios prácticos.
Conocer los aspectos externos significantes en una institución y aplicar estos para el desarrollo de una campaña de comunicación externa en una empresa de la localidad. Desarrollar a través de casos el criterio profesional y práctico.
- 54.- PLANEACION DE PROGRAMAS COMUNALES.- Apoyados en las herramientas de la comunicación.
Realización de diseños especializados de organizaciones de asistencia social con sus respectivas funciones administrativas, tales como centros de rehabilitación, centros de adopción, guarderías, centros de planificación familiar.
- 55.- DISEÑO GRAFICO.- Ver en Especialidad de Medios.
- 56.- SOCIOLOGIA DE LA EMPRESA.- Naturaleza de la organización, tipología, metas y efectividad, variables estructurales, consideraciones de su efecto sobre los individuos. Procesos organizacionales; poder y conflicto, liderazgos y toma de decisiones, comunicación. Cambio organizacional. Futuro de la organización.
- 57.- SEMINARIO EN DESARROLLO ORGANIZACIONAL.- Apoyado en los conocimientos adquiridos en el curso de psicología de la empresa este curso tiene como objetivo que el alumno sea-

capaz de comprender las conductas y motivaciones propias de los demás en situaciones organizacionales de trabajo, así como desarrollar las destrezas y actitudes necesarias para la observación, análisis y diagnósticos de procesos organizacionales. Conocimientos y habilidades prácticas para intervenir en un sistema organizacional real.

Texto: Beckhard, "Desarrollo Organizacional: estrategias y modelos". Fondo Educativo Interoamericano, S.A., México, 1973.

Lawrence, "Desarrollo de Organizaciones: diagnóstico y acción". Fondo Educativo Interoamericano, S.A., 1973.

58.- SEMINARIO AVANZADO EN INVESTIGACION.- Trabajo profundo -- sobre los temas escogidos por los alumnos. Clarificación de problemas metodológicos ligados a la investigación que prepara su síntesis final.

SINTESIS PROFESIONAL.- Opción entre:

- práctica de campo en la empresa
- práctica de campo en la comunidad rural
- práctica de campo en la docencia.

DESCRIPCION DE MATERIAS POR SEMESTRE DE LA ESPECIALIDAD
COMUNICACION EN LOS MEDIOS MASIVOS.

SEPTIMO SEMESTRE

59.- LEGISLACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

Se estudiarán y comentarán los principales documentos legislativos, ensayos y discusiones fundamentales sobre el régimen legal de los medios de comunicación colectiva en México.

Texto: J. Pinto M. "Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva". Ed. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México, 1977.

60.- CREACION FOTOGRAFICA.

Taller de concepción y de fabricación de la imagen fotográfica. Estudio y creación de la imagen en tanto que concepto y valor significativo.
Efectos gráficos especiales.

Texto: A. Desilets "Pevelo mis Fotos" Ed. Dainon, España, 1973.

61.- RADIO I.

Adiestramiento en el uso de las técnicas radiofónicas, creación de guiones: informativos, culturales, educativos, publicitarios, musicales. Se le enseñan al alumno nociones de apreciación musical.

Texto: H.L. Levin, F. Gillespie "El Uso de la Radio". --
Diana, México, 1973.

62.- PERIODISMO I.

Reflexión de la realidad contemporánea, adiestramiento --
en la habilidad para la redacción periodística: informa-
ción política, internacional y nacional, deportes, cultu-
rales, editoriales. Corrección, diagramado, tiposetado,
compaginación y formación. Nociones de la administración-
periodística.

Teóricamente se estudiará la historia del periodismo en --
México.

63.- TELEVISION I.

La televisión como medio de comunicación social, su for-
mación, programación, manejo e importancia. Revisión de --
los aspectos técnicos, sus componentes, posibilidades y
operación para que el alumno comience a realizar y armar
programas de T.V. Realización de guiones en diversos géne-
ros: informativos, culturales, educativos, de entreten-
imiento, publicitarios.

Texto: Berger F. "La Téléfission: alerte à la télévision"
Ed. París, Asterman, 1976.

64.- PRODUCCION CINEMATOGRAFICA.

Conocimiento detallado del guión cinematográfico. Tipos --
de película, locaciones, plan de rodaje, tarjetas de cáma-
ra, presupuestos, vestuario, maquillaje, vestuario, esce-
nario, cámaras, iluminación, visualización.

Preproducción y producción de un corto metraje. El alumno

deberá realizar al final del curso un corte experimenta-
tal.

Texto: Lee R. Bobker "Making Movies" Ed. Harcourt Brace-
Jovanovich, Inc, New York, 1973.

65.- ADMINISTRACION Y FINANCIAMIENTO DE LOS MEDIOS MASIVOS --
DE COMUNICACION.

Factores determinantes: Objetivos, toma de decisiones, -
dirección de personal, definición de tareas, estableci-
miento de presupuestos, sistema de financiamiento de los
medios: fuentes de financiamiento y normas gubernamenta-
les.

Administración de materiales audiovisuales en los sectores
escolares.

Texto: Ward L. Quaal, "Dirección de Estaciones de Ra-
dio y Televisión" Ed. Diana, --
México, 1971.

66.- RADIO II.

Partiendo de los conocimientos adquiridos en Radio I, -
el alumno realizará programaciones y producciones radio-
fónicas variadas, adecuadas a las condiciones de la en-
tidad.

Texto: R. Milton "Radio Programming, a basic training -
Manual" Ed. Harcourt Brace Jovanovich,
Inc. New York, 1973.

67.- PERIODISMO II.-

Aprendizaje de las artes prácticas en periodismo: fotone-
cánica, revelado de color, manejo de la prensa. Perfec-

cionamiento de la redacción periodística.

Creación semanal de un periódico universitario. Conocimiento del funcionamiento total de este medio.

Texto: R. Rivadeneira. "Periodismo" Ed. Trillas, México' 1977.

68.- TELEVISION II.

El alumno producirá, realizará y armará programas de diversos géneros: informativos, culturales, educativos, de entretenimiento y publicitarios, tanto en el estudio como en exteriores.

Texto: "Handbook" Wadsworth Belmont, California, 1968.

69.- SEMIOTICA DEL CINE.

Estudio sobre el simbolismo del lenguaje cinematográfico-análisis semántico de los mensajes cinematográficos. Detección de signos, códigos y estructuras simbólicas pertinentes para la comprensión y apreciación del séptimo arte. Conocimiento de las teorías más relevantes; A Bazin, S. Eisenstein, CH Metz, entre otros. Estudio de los diversos géneros cinematográficos; sus similitudes y diferencias. Análisis de modelos y esquemas en el cine. Asistencia al cine club universitario.

Texto: A. Tudor "Cine y Comunicación Social". Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1974.

NOVENO SEMESTRE

70.- BASES SOCIOCULTURALES DE LA COMUNICACION ICONICA.

La cultura en tanto que sistema de códigos; indicadores socioculturales; acento puesto sobre los parámetros --

icónicos del medio ambiente sociocultural. Problemas metodológicos.

Texto: E. Arnheim "Art and Visual Perception" A Psychology of the creative eye, Berkeley, University of California Press, 1974.

E. Panofsky "La Perspective Comme Forme Symbolique" Hambourg, Vertrage D. Bibl. Warburg, 1924.

71.- SEMIOTICA DE LA PUBLICIDAD.

Curso encauzado a instruir al alumno al análisis del significado de los signos en los mensajes publicitarios. Estudio de la publicidad subliminal, de los símbolos e imágenes publicitarias de consumo, definición y comparación de símbolos y significados de diferentes mensajes publicitarios, diferencia entre el significado superficial y oculto.

Texto: G. Peninou "Semiótica de la Publicidad" Barcelona Gustavo Gill, 1972.

A. J. Greimas "Semántica y Ciencias Sociales" París, Le Sevil, 1976.

72.- TELEVISION III. PRODUCCION EDUCATIVA Y CULTURAL.

El alumno partiendo de la investigación de campo producirá, realizará, dirigirá y evaluará programas de televisión con una orientación cultural y/o educativa que tenga vinculación con la Universidad y/o con algún sector de la localidad.

Texto: Zetta "Televisión Production Workbook" Ed. Wadsworth Belmont, California, 1968.

SINTESIS PROFESIONAL.- Decisión entre:

- Producción educativo-docente
- Producción Cultural
- Producción comercial.

73.- DINE DOCUMENTAL EDUCATIVO.

El alumno debe saber ya a definir y utilizar los principios básicos del lenguaje cinematográfico. Analizar y definir las posibilidades del cine como instrumento directo e indirectamente educativo y sus posibilidades como medio documental y publicitario.

Texto: A. Lafrance "Super 8, 16." Daimon España, 1975.

M.R. Souto "Técnicas del Cine Documental y Publicitario" Ediciones Oresa, Barcelona, 1976.

74.- DECIMO SEMESTRE

Análisis de contenido de los mensajes de los medios masivos de comunicación.

Importante herramienta en la investigación en esta área de concentración.

Estudio de las diferentes teorías del análisis de contenido, aplicación en diferentes medios; cine, T.V., libros, periódicos y análisis comparativo.

Texto: Berelson, B. "Content analysis in communication" -- Mc. Millan, London, 1967.

75.- SEMINARIO AVANZADO EN PRODUCCION.

OCTAVO SEMESTRE

44.- COMUNICACION EDUCATIVA Y DESARROLLO SOCIAL.

- 45.- RECURSOS AUDIOVISUALES.
- 50.- ELABORACION DE LOS MENSAJES EDUCACIONALES.
- 55.- DISEÑO GRAFICO.

OBSERVACIONES:

A partir del 7° semestre, el alumno debe presentar un --
proyecto de síntesis profesional, elegir un director y --
codirector del mismo, el cual le asesorará hasta su con-
secución.

BIBLIOGRAFIA DISPONIBLE PARA PRIMERO Y SEGUNDO SEMESTRE

NOMBRE	AUTOR
La semántica	P. Guiraud
Diccionario básico de Com.	Katz
Estructuras y funciones del discurso	Van Dijk
El lenguaje	R. Pons
La comprensión de los medios	Mc. Luhan
Elementos de semiótica general	Carontini
Teorías de la comunicación	Moragas
El lenguaje	Sapir
Historia de la radio y tv.	Albert
El lenguaje y la vida humana	Swadesl
Introducción a la semántica	Schaff
Las grandes corrientes de la lingüística	Leroy
La formación del símbolo en el niño	Piaget
Sintagma, nombre y verbo	Pleya
Comunicación interpersonal	Danzinger
Sistema de la moda	R. Barthes
Semiología de la representación	Helbo
El lenguaje total	Gutierrez
Comunicación e información	Paoli
Descripción y relato	Dominguez
Comunicación escrita	Balmes
Crítica de la información de masas	F. Toussaint
Cine y comunicación	Poloniato
La comunicación en la enseñanza	Escudero
Diferencial semántico	D. Guerrero
Comunicación oral	Rengel
Curso de lingüística gral.	F. de Saussure
El proceso de la comunicación	Berlo
La semiología	P. Guiraud
Diccionario de ciencias del lenguaje	Ducrot y Todorov
Problemas de lingüística gral I y II	Berveniste
Estructuras sintácticas	Chomsky
La dimensión oculta	Hall
La comunicación masiva en el proceso...	Mattelart
La ciencia de la comunicación humana	Schreem

CCC
AI
0179



NOMBRE	AUTOR
Taxonomía de conceptos de la com.	Blake
Cine y comunicación social	Tudor
Las funciones de la imagen en la enseñanza	A. Diéguez
Análisis estructural del relato	Greimas, Todorov, Bremond
Teoría estructural de la comunicación	Moles
Sociología de los medios masivos	D. Mc Quail
Efectos de los medios masivos	Klapper
Modelos de comunicación	D. Mc. Quail
La comunicación	Paoli
Semiología del infortunio	Sempere
Elementos de semiología	R. Barthes
Introducción a la semiología	Mounin
Apoclípticos e integrados	Eco
Las raíces históricas del cuento	Propp
Iniciación a las estructuras lingüísticas	D. Hidalgo
Semiótica de la publicidad	Pénnau
El cine como arte	Arnheim
Ensayos de lingüística gral.	Jakobson
Sensación y percepción visual y auditiva	Cohen
Memoria asociativa	Anderson

También algunos libros de la colección Punto y Línea de G.Gilli.