

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

MODALIDAD
VIRTUAL
NO ESCOLARIZADA

PLAN DE ESTUDIO CUATRIMESTRAL

- 01** -COMUNICACIÓN
-TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES
-INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO SOCIAL Y POLÍTICO MODERNO
-COMPRESIÓN DE TEXTOS Y EXPRESIÓN ORAL
- 02** -TEORÍA Y ANÁLISIS DEL DISCURSO
-TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN
-ESTADO, SOCIEDAD Y DERECHO
-ARGUMENTACIÓN Y EXPRESIÓN ESCRITA
- 03** -MERCADOTECNIA
-PROCESOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA HISTORIA DE MÉXICO
-ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES PÚBLICAS
-GÉNEROS PERIODÍSTICOS
- 04** -ESTRATEGIA DE MEDIOS
-COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD
-OPINIÓN PÚBLICA Y PROPAGANDA
-GUIÓN ORIGINAL
- 05** -INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN
-MARCO LEGAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
-FOTOGRAFÍA I
-COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
- 06** -PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
-GÉNERO PERIODÍSTICO DE OPINIÓN
-FOTOGRAFÍA II
-GUIÓN DE RADIO
- 07** -SISTEMA POLÍTICO EN EL MÉXICO ACTUAL
-COMUNICACIÓN POLÍTICA
-ÉTICA Y TRANSPARENCIA PÚBLICA
-ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
- 08** -COMUNICACIÓN POLÍTICA EN REDES SOCIALES
-COMUNICACIÓN EN MOVIMIENTOS POLÍTICOS
-DISEÑO DE CAMPAÑAS POLÍTICAS Y PROPAGANDA I
-RELACIONES PÚBLICAS
- 09** -IMAGEN E IDENTIDAD EN LAS ORGANIZACIONES
-PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS Y PERIODISMO TECNOLÓGICO
-DISEÑO DE CAMPAÑAS POLÍTICAS Y PROPAGANDA II
-CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD

Perfil de Ingreso



Al inicio del plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, el alumno deberá cumplir con los siguientes conocimientos, habilidades, destrezas y aptitudes:

CONOCIMIENTOS EN:

- Problemas sociales, económicos, políticos y ambientales del contexto nacional y estatal.
- Esencialidades en el estudio de la lógica y la oralidad.
- Las reglas gramaticales, ortográficas y de sintaxis en la producción de textos.
- Redacción de textos de manera general.
- Literatura hispanoamericana y universal.
- La conexión de información, argumentación y expresión escrita.
- Los aspectos generales del uso de las TIC's.
- Conceptualización de la realidad actual del país.
- El desarrollo histórico de México y el mundo de forma general.
- Los elementos fundamentales de la investigación científica.
- Conceptos básicos en derecho.

HABILIDADES PARA:

- Estimar, conocer y clasificar eventos que ocurren dentro de la sociedad.
- Exponer oralmente en público.
- Escuchar e identificar las ponencias y los textos informativos.
- Desarrollo de los procesos de lectura y escritura.
- Observar y analizar problemas relacionados con los procesos de comunicación.
- Analizar críticamente los factores que influyen en su toma de decisiones.
- Identificar las ideas clave en un texto o discurso oral e inferir conclusiones a partir de ellas.
- Analizar las bases de la comunicación en el ámbito periodístico.
- Sintetizar información, argumentación y expresión oral y escrita.

DESTREZAS PARA:

- Formular y desarrollar proyectos de investigación.
- Diseñar y demostrar los conocimientos enfocados hacia resultados.
- Proponer soluciones a problemas con una posición crítica.
- Participar en prácticas relacionadas con la comunicación.
- Aplicar distintas estrategias comunicativas buscando alcanzar los fines establecidos.

APTITUDES DE:

- Integración y cooperación para trabajar en equipo.
- Valores éticos que le permitan una actitud positiva.
- Honestidad.
- Eficacia y tolerancia para desarrollar trabajos individualmente.
- Positivo para enfrentar y superar las crisis sociales.
- Facilidad de palabra.
- Interés por el entorno social y la sana convivencia entre las personas.
- Sano desarrollo moral, social y emocional.

Perfil de Egreso



Al finalizar el plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, el egresado deberá cumplir con los siguientes conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes en:

CONOCIMIENTOS EN:

- Los alcances, efectos y la regulación establecida para los medios de comunicación.
- Las bases fundamentales en el proceso de la comunicación generando canales y medios entre emisor y receptor.
- La comunicación como objeto de estudio social y cultural.
- Los principios de la comunicación audiovisual y su influencia en la opinión pública.
- La teoría y práctica de la fotografía como medio de comunicación en el área periodística e informativa de campañas publicitarias.
- El conocimiento teórico de los procesos para la creación de canales de comunicación.
- Conocimientos teóricos y metodológicos sobre los procesos y etapas de la investigación en comunicación.
- Conocimientos teóricos y prácticos con base al papel informativo de la radio y su responsabilidad social con respecto a los tipos de emisoras y el contenido de sus programaciones.
- Las características principales de la prensa, radio y televisión como medios de información de los acontecimientos sociales a través de los géneros periodísticos.
- Los elementos teóricos y prácticos de la mercadotecnia política para la planeación, creación y difusión de productos y campañas políticas manteniendo un correcto uso de los canales de información.

HABILIDADES PARA:

- Comprender la estructura lógica de la norma jurídica en México en el área de comunicación y publicidad.
- Optimizar la estrategia de creación publicitaria en un mercado especificado.
- Usar la publicidad como herramienta de comunicación frente a los problemas de interacción humana.
- Dimensionar las relaciones entre cultura y comunicación.
- Analizar los diferentes tipos de mensajes e información, así como sus implicaciones políticas y sociales.
- Crear guiones y conocer los elementos que intervienen en su proceso.

DESTREZAS PARA:

- Aplicar los procedimientos correspondientes en materia de comunicación.
- Aplicar innovación y creatividad dentro de todo el proceso periodístico.
- Utilizar las estrategias pertinentes en publicidad, contenidos audiovisuales y comunicación.
- Manejar estrategias periodísticas acerca de la comunicación social, relaciones públicas y la comunicación organizacional.
- Dominar el lenguaje de los medios de comunicación.
- Exponer la importancia de manejar adecuadamente el periodismo digital.

Actitudes de:

- Asumir conocimientos de la teoría de la comunicación.
- Actitud analítica para desarrollar sus habilidades de investigación.
- Responsabilidad para comprender el tema del entorno periodístico.
- Disposición para el trabajo colaborativo.
- Empatía para entender las necesidades de los consumidores y las organizaciones. Ética profesional.
- Actualización constante en áreas donde se desempeñe profesionalmente.

Campo Laboral



En instituciones públicas y privadas en medios de comunicación masiva, agencias de noticias, prensa, empresas propagandísticas y de publicidad, empresas donde cuenten con área de relaciones públicas, empresas productoras de televisión y cine, partidos políticos, en el área de capacitación de personal, docencia a nivel medio y superior, e investigación.