

PLAN DE ESTUDIOS

OBJETIVO GENERAL

Formar profesionistas que sean capaces de investigar, analizar, diseñar, producir e interactuar en los procesos comunicativos a través de los medios de comunicación en los ámbitos público y social, mediante el modelo educativo por competencias centrado en el aprendizaje integral y científico, para incidir y coadyuvar a una mejor sociedad en el contexto en donde se desempeñen.

PERFIL DE EGRESO

El egresado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación tendrá una formación integral y científica, capaz de desempeñarse en los ámbitos públicos, privados y sociales a través de los medios de comunicación y/o las instituciones, para contribuir mediante la investigación, el análisis, el diseño y la producción de estrategias comunicativas que contribuyan a mejorar la convivencia social.

CAMPO DE TRABAJO

MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

Prensa escrita, empresas editoriales, estaciones radiofónicas y televisivas, industria cinematográfica y social media.

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA:

Oficinas de comunicación social, organizaciones de sondeo de opinión pública, relaciones públicas, asesoría y consultoría política.

INICIATIVA PRIVADA:

Agencias de publicidad, centros de información, investigación, análisis y diseño de estrategias comunicativas y gabinete de prensa.

PRIMER SEMESTRE

CLAVE

1111
1211
1311
1411
1212
1511

MATERIA

Estructura Económica de la Comunicación
Comunicación y Política
Teoría del lenguaje
Expresión Oral y Escrita
Comunicación y Sociedad
Investigación Documental

SEGUNDO SEMESTRE

CLAVE

2211
2412
2312
2213
2214
2215

MATERIA

Epistemología
Lectura y Redacción
Análisis del Discurso
Expresiones Comunicativas Culturales
Teorías de la Comunicación I
Estadística para la investigación en Comunicación

TERCER SEMESTRE

CLAVE

3413
3215
3313
3216
3513
3711

MATERIA

Géneros Periodísticos
Psicología de la Comunicación
Semiótica
Teoría de la Comunicación II
Metodología de la Investigación Cuantitativa
Historia de los Medios de Comunicación

CUARTO SEMESTRE

CLAVE

4112
4712
4911
4218
4313
4314

MATERIA

Investigación de Mercados
Producción y Realización Radiofónica
Opinión Pública
Comunicación Alternativa
Análisis de la Imagen
Discurso Audiovisual

QUINTO SEMESTRE

CLAVE

5713
5113
5912
5714
5712
5514

MATERIA

Producción y Realización Televisiva
Antropología del Consumo
Publicidad y Propaganda
Tecnologías de la Información
Régimen Jurídico de los Medios
Metodología de la Investigación Cualitativa

SEXTO SEMESTRE

CLAVE

6811
6219
6715
6314
6315
6913

MATERIA

Relaciones Públicas
Sociología de la Comunicación
Historia y Crítica Cinematográfica
Sociolingüística
Diseño Gráfico
Mercadotecnia Política

OPCIÓN TERMINAL COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

SEPTIMO SEMESTRE

CLAVE

7831
7631
7531

7832
7833
7834

MATERIA

Comunicación Organizacional
Entorno Político y Social de las Organizaciones
Seminario de Tesis en Comunicación Organizacional I
Identidad Cultural
Consultoría en Comunicación
Imagen Corporativa

OCTAVO SEMESTRE

CLAVE

8834
8831
8833
8835
8532

8836

MATERIA

Taller de Planeación
Relaciones Públicas II
Manejo y Gestión de Crisis
Administración de Recursos Humanos
Seminario de Tesis en Comunicación Organizacional II
Identidad Corporativa