



CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre de la carrera

Licenciatura en Comunicación

Año de aprobación por el H. Consejo Universitario

2018

Espacio académico donde se imparte

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Unidad Académica Profesional Huehuetoca

Duración total y valor en créditos

9 periodos (cuatro años y medio)
390 créditos (362 obligatorios y 28 optativos)

Modalidad educativa en la que se imparte

Mixta: las unidades de aprendizaje además de impartirse en la modalidad escolarizada, dos o más de éstas se podrán ofrecer en forma no escolarizada



PERFIL DE EGRESO

Funciones y tareas profesionales

Investiga procesos de comunicación que generen prospectivas de fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos a nivel local, regional, nacional e internacional

- Problematisa un fenómeno de investigación y plantea hipótesis basada en teorías.
- Aplica el método científico social para generar conocimiento de forma sistemática, ordenada, metódica y racional.
- Diseña proyectos de investigación.
- Compara y discrimina los datos, para valorar la pertinencia y validez de la hipótesis y, en su caso, replantear el proceso metodológico.
- Prepara un reporte o esquematiza los resultados y los correlaciona con los planteamientos teóricos.
- Concluye la investigación y valora la pertinencia del diseño teórico-metodológico.
- Redacta los resultados de la investigación, bajo los diferentes géneros discursivos científicos.

Elabora proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos (movimientos sociales, étnicos, de género, de diversidad sexual y religiosa)

- Diagnostica problemáticas sobre procesos comunicativos para generar prospectivas de fenómenos en grupos sociales focalizados.
- Examina sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, acordes con los desarrollos tecnológicos y conceptuales del momento.
- Examina sistemas de comunicación propios de contextos culturales diversos, en sus especificidades étnicas, rurales, urbanas y de segmentos sociales específicos.
- Examina sistemas de comunicación híbridos que confinen formas culturales tradicionales con las innovaciones mediáticas.
- Formula proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados.
- Conduce procedimientos colaborativos en y grupos sociales, para lograr los objetivos perseguidos por los actores sociales involucrados.



Desarrolla planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica

- Analiza los procesos de comunicación organizacional y estratégica.
- Identifica los elementos, procesos y objetivos que componen a comunicación organizacional y estratégica.
- Construye variables y datos del proceso de comunicación.
- Identifica y analiza los procesos de comunicación interpersonal e institucional que intervienen en la comunicación organizacional y estratégica.

Diseña planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica

- Interpreta los análisis de los procesos de comunicación a partir de los objetivos establecidos.
- Analiza contenidos específicos, a partir de las prácticas comunicativas.
- Formula el mensaje de acuerdo con la intención comunicativa que establece el plan estratégico.
- Define los medios que se emplearán para aplicar el plan, programa y la estrategia.

Implementa planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica

- Gestiona los recursos necesarios para la implementación de planes, programas y estrategias de comunicación.
- Ejecuta los planes, programas y estrategias de comunicación.

Evalúa los planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica

- Diseña instrumentos de evaluación de planes de comunicación.
- Aplica los instrumentos de evaluación.
- Evalúa el impacto en contextos determinados a partir de los objetivos definidos.
- Ajusta y redefine los planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica.



Desarrolla productos comunicativos de orden material y/o discursivo para organizaciones y medios de comunicación y cultura

- Analiza problemas comunicativos.
- Identifica los elementos que componen el problema.
- Construye variables y datos de problema.
- Define el problema.
- Establece alternativas de solución al problema.

Diseña productos comunicativos de orden material y/o discursivo

- Interpreta los estudios para conocer los perfiles de audiencia.
- Analiza contenidos específicos para medios de comunicación.
- Formula el mensaje de acuerdo con la intención comunicativa.
- Define el medio de comunicación que se va a utilizar.
- Evalúa las oportunidades para viabilidad de productos de comunicativos.

Produce productos comunicativos de orden material y/o discursivo

- Define los requerimientos humanos y materiales del presupuesto de la producción.
- Organiza las tareas del equipo de producción.
- Desarrolla los contenidos de orden material y/o discursivo.
- Define la distribución de los productos comunicativos.

Evalúa productos comunicativos de orden material y discursivo

- Determina los objetivos de la evaluación del producto.
- Diseña instrumentos de evaluación de productos comunicativos.
- Aplica los instrumentos de evaluación.
- Analiza la información obtenida para valorar los productos obtenidos.
- Evalúa el impacto en contextos determinados.
- Toma una decisión acerca del contenido, producción, difusión y efectos de la comunicación realizada.



Crea contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos

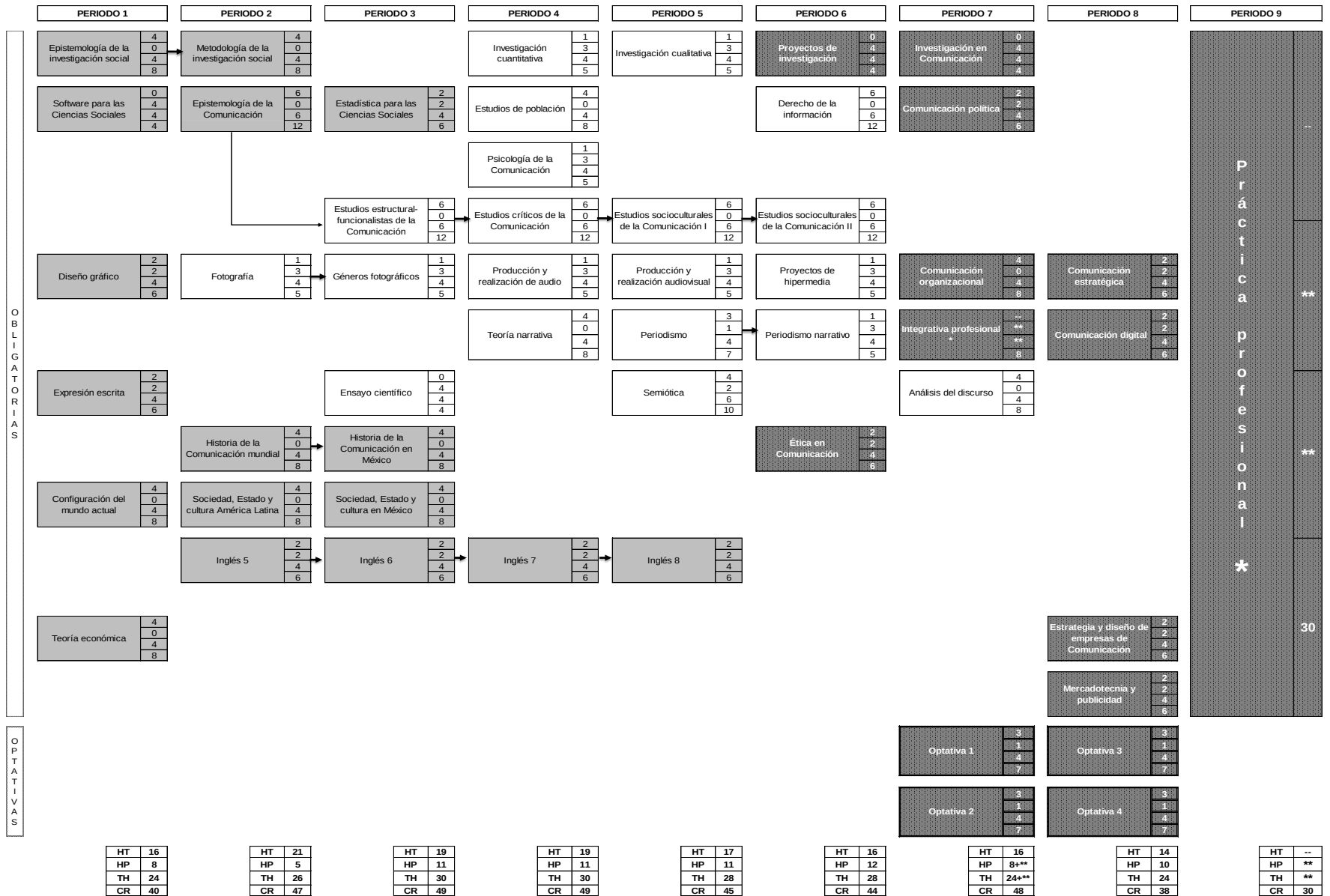
- Identificación del problema social.
- Identifica el uso de las fuentes informativas y cómo emplearlas para obtener información respecto al problema.
- Analiza las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos (nota informativa, entrevista, la crónica y el reportaje) e interpretativos (artículo, columna, editorial y cartón) y su intencionalidad comunicativa y su impacto en la opinión pública.
- Aplica las técnicas periodísticas para desarrollar mensajes para los distintos géneros periodísticos.
- Define la intencionalidad comunicativa.
- Selecciona el género periodístico.
- Produce los contenidos periodísticos para los distintos soportes mediáticos y define su distribución.
- Difunde contenidos periodísticos en distintos soportes mediáticos.
- Evalúa el impacto de los contenidos periodísticos.

Crea campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas

- Identifica y define el problema o la necesidad del cliente.
- Identifica o define a la población objetivo y sus segmentos.
- Propone campañas publicitarias y propagandísticas.
- Reconoce los tipos de liderazgo para ejecutar campañas publicitarias o propagandísticas.
- Ejecuta campañas publicitarias en distintas plataformas, medibles y con metas concretas para que los usuarios encuentren, consuman y requieran información.
- Diseñan instrumentos de evaluación de campañas publicitarias y propagandísticas.
- Aplica los instrumentos de evaluación.
- Evalúa el impacto de campañas publicitarias y propagandísticas.
- Genera recomendaciones estratégicas para la toma de decisiones sobre productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas.



MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN, 2018





DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
						Guionismo 3147		
						Producción editorial 3147	Periodismo digital 3147	
						Comunicación y cambio social 3147	Comunicación y educación 3147	
						Relaciones públicas 3147	Estrategias de Comunicación política 3147	
							Derechos de autor 3147	
							Intercultural communication ⁱ 3147	
						Arte y Comunicación 3147	Estudios sobre cine 3147	
						Economía política de la Comunicación 3147		

SIMBOLOGÍA	
Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas HP: Horas Prácticas TH: Total de Horas CR: Créditos

→11 líneas de seriación
22 créditos mínimos y 49 máximos por periodo escolar
* Actividad académica
** Carga mínima de 128 hrs y 480 hrs de la Actividad Académica
† UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS															
Núcleo Básico: cursar y acreditar 17 UA obligatorias		52 18 70 122	Total del Núcleo Básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos		<table><tr><th colspan="2">TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS</th></tr><tr><td>UA obligatorias</td><td>46 + 2 Actividades Académicas</td></tr><tr><td>UA optativas</td><td>4</td></tr><tr><td>UA a acreditar</td><td>50 + 2 Actividades Académicas</td></tr><tr><td>Créditos</td><td>390</td></tr></table>	TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS		UA obligatorias	46 + 2 Actividades Académicas	UA optativas	4	UA a acreditar	50 + 2 Actividades Académicas	Créditos	390
TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS															
UA obligatorias	46 + 2 Actividades Académicas														
UA optativas	4														
UA a acreditar	50 + 2 Actividades Académicas														
Créditos	390														
Núcleo Sustantivo: cursar y acreditar 20 UA obligatorias		58 34 92 150	Total del Núcleo Sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos												
Núcleo Integral cursar y acreditar 9 UA obligatorias + 2 *		16 20+** 36+** 90	Núcleo Integral: cursar y acreditar 4 UA optativas		Total del Núcleo Integral: acreditar 13 UA + 2 * para cubrir 118 créditos										