

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA DEL PLAN DE ESTUDIOS

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SUAYED

Unidad Académica: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Plan de Estudios: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Área de Conocimiento: Ciencias Sociales

Fecha de aprobación del plan de estudios por el Consejo Académico del Área de las Ciencias Sociales: 7 de Junio del 2017.

Perfil Profesional:

El profesional de Ciencias de la Comunicación analiza, comprende y explica procesos, condiciones, hechos y prácticas de comunicación humana y social, en sus modalidades interpersonal, institucional y mediada por infraestructuras, canales y soportes técnicos y tecnológicos; a partir de la producción-emisión, circulación-difusión y apropiación-recepción de mensajes y contenidos diversos (información pública, opinión política, publicidad comercial, propaganda, entretenimiento, divulgación científica, artística y cultural), en un contexto caracterizado por la interconexión digital y la convergencia multimedia y meta-discursos a escala local y global.

Es un especialista en comunicación humana y social, en diversos entornos institucionales y ámbitos (económico, político y cultural) de interacción, socialización, integración, movilización y conflicto en el país y en el mundo; ya que aplica conocimientos, habilidades y destrezas especializados para diagnosticar necesidades y problemas prácticos, diseñar soluciones, estrategias y acciones, en el desarrollo de la comunicación entre emisores, destinatarios y públicos diversos, organizaciones civiles, instituciones políticas, ciudadanos, en los procesos de integración y conflicto social, negociación y disputas, asimilación y emancipación cultural.

El profesional de la comunicación desarrolla su profesión en empresas periodísticas, editoriales y radiodifusoras, en empresas productoras de televisión, compañías productoras de cine, agencias publicitarias, instituciones relacionadas con el estudio de la opinión pública, empresas e instituciones con departamentos de comunicación interna, relaciones públicas y de análisis y síntesis informativa. También colabora en agencias noticiosas, nacionales e internacionales, así como en oficinas de prensa y comunicación social; en dependencias del sector público y descentralizado, del sector privado y en organizaciones sociales; diseña y pone en práctica estrategias de medios, publicitarias y en el ámbito político y organizacional; de la misma forma está capacitado para tareas relacionadas con la investigación de mercados y de medición de opinión. Igualmente, labora en espacios dedicados a la investigación y la docencia en universidades e instituciones de enseñanza.

Puede ejercer funciones y tareas directivas, de consultoría o asesoramiento, dentro de instituciones estatales, organizaciones civiles y sociales de diverso tipo y los sectores de producción, difusión y divulgación de contenidos audiovisuales e impresos, en cuyo

quehacer, funcionamiento y desarrollo estén implicadas e involucradas interacciones comunicativas y el intercambio de mensajes con diversas finalidades.

Requisitos de Ingreso:

Para ingresar a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, el aspirante deberá ser egresado del área de las ciencias sociales o económico administrativa en el bachillerato, o haber cursado el conjunto de asignaturas relacionadas con esta área de conocimiento en el Colegio de Ciencias y Humanidades o en otros programas de Educación Media Superior.

Además de lo anterior, los requisitos de ingreso a un plan de estudios de licenciatura son los previstos en los artículos 2, 4 y 8 del Reglamento General de Inscripciones de la Dirección General de Administración Escolar.

Artículo 2.-*Para ingresar a la Universidad es indispensable: a) Solicitar la inscripción de acuerdo con los instructivos que se establezcan; b) Haber obtenido en el ciclo de estudios inmediato anterior un promedio mínimo de siete o su equivalente; c) Ser aceptado mediante concurso de selección, que comprenderá una prueba escrita y que deberá realizarse dentro de los periodos que al efecto se señalen.*

Artículo 4.-*Para ingresar al nivel de licenciatura el antecedente académico indispensable es el bachillerato, cumpliendo con lo prescrito en el artículo 8 de este reglamento.*

Artículo 8.-*Una vez establecido el cupo para cada carrera o plantel y la oferta de ingreso establecida para el concurso de selección, los aspirantes serán seleccionados según el siguiente orden: a) Alumnos egresados de la Escuela Nacional Preparatoria y del Colegio de Ciencias y Humanidades que hayan concluido sus estudios en un máximo de cuatro años, contados a partir de su ingreso, con un promedio mínimo de siete. b) Aspirantes con promedio mínimo de siete en el ciclo de bachillerato, seleccionados en el concurso correspondiente, a quienes se asignará carrera y plantel, de acuerdo con la calificación que hayan obtenido en el concurso y hasta el límite del cupo establecido.*

Para ingresar a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación no existe prerrequisito de ingreso más allá del cumplimiento del Reglamento General de Inscripciones de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Duración de la licenciatura: 8 semestres

Valor en créditos del plan de estudios:

Total: 360(*)

Obligatorios: 272

Optativos: 088

Seriación: Indicativa

Organización del Plan de Estudios:

El plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se cursa en ocho semestres; está organizado en dos etapas, básica y de profundización; cuenta con 6 ejes temáticos iniciales; y cinco campos de profundización.

Etapas básicas

La etapa básica abarca del primero al cuarto semestres, está integrada por las asignaturas básicas comunes, que son idénticas a todos los programas de licenciatura que se imparten en la FCPyS; y las asignaturas disciplinares de Ciencias de la Comunicación.

Las asignaturas básicas comunes se ubican entre el primero y el tercer semestres, se orientan a los saberes compartidos entre todas las disciplinas de la Facultad. Cabe destacar que esta información dará la pauta para incorporar conocimientos propios de las Ciencias de la Comunicación (asignaturas Expresión oral y escrita; Lenguaje, cultura y poder) con asignaturas de otras carreras que permitirán incidir en un perfil más completo del científico social. Se pretende que con estas asignaturas el alumno obtenga un conocimiento básico del objeto de estudio de las Ciencias Políticas y Sociales; la capacidad metodológica para formular, de manera coherente y lógica, ideas y planteamientos sobre su quehacer académico y formativo; que sea capaz de manejar las herramientas y conocimientos básicos adquiridos durante su proceso de formación profesional; y que cuente con los elementos para analizar los problemas del país y del mundo, desde una perspectiva crítica orientada por una visión interdisciplinaria.

En cuanto a las asignaturas disciplinares de Ciencias de la Comunicación, éstas se imparten en los primeros cuatro semestres con el objetivo de dotar a los alumnos de conocimientos esenciales en la formación dentro de la disciplina. Se trata de doce asignaturas, organizadas en torno a seis ejes temáticos iniciales, a saber: Teorías de la Comunicación, Histórico, de Lenguajes, de Redacción, de Investigación, y el eje Político-Económico.

El eje de Teorías de la Comunicación inicia con una asignatura básica común, Introducción al pensamiento social y político moderno, que aporta las bases para poder continuar con las tres asignaturas de Teorías de la comunicación I, II y III.

El eje de Historia está integrado por cuatro asignaturas, dos de ellas básicas comunes. Las asignaturas Procesos y medios de comunicación en la historia de México I (1320-1876) y Procesos y medios de comunicación en la historia de México II (1877-2015), integraron los temas que en el anterior plan se impartían en cuatro asignaturas.

El eje de Investigación se compone de tres asignaturas básicas comunes; se incorpora la asignatura Estadística aplicada a las ciencias sociales; y se suma como asignatura disciplinar Investigación en comunicación, que retoma y precisa contenidos de la anterior asignatura, Técnicas de investigación en comunicación.

El eje Político-Económico está integrado por tres asignaturas básicas comunes, Economía; Estado, sociedad y derecho; y la asignatura Análisis de las organizaciones públicas. Además de una asignatura que ha sido básica en los planes de estudio de la licenciatura

en la FCPyS, Opinión pública y propaganda, asignatura con la que culmina este eje en el cuarto semestre.

El eje de redacción se reestructuró, quedando integrado por la asignatura básica común de primer semestre, Comprensión de textos y expresión oral; la asignatura básica común Argumentación y expresión escrita, que se cursa en el segundo semestre; y las asignaturas Géneros periodísticos informativos y Géneros periodísticos interpretativos.

El eje de lenguaje inicia con la asignatura básica común, Lenguaje, cultura y poder, que en el caso de Ciencias de la Comunicación se imparte en el primer semestre y da pie a introducirse en las Teorías del discurso y las Teorías de la significación en segundo y tercer semestres. Las dos optativas que se ofrecen en el cuarto semestre de este plan, pertenecen a este eje, a saber: Comunicación publicitaria, que tradicionalmente se ha impartido en planes anteriores con el nombre de Publicidad, y que es básica para entender los procesos de financiamiento y simbólicos que acompañan a los medios de comunicación; y la asignatura Teorías de la imagen y discurso audiovisual, que profundiza en el estudio del lenguaje. Al situarlas como optativas se brinda la oportunidad al alumno, a partir de este semestre, de flexibilizar sus estudios.

Cabe mencionar que en esta primera etapa, no existe una seriación obligatoria, pero sí existen relaciones verticales en ejes temáticos y horizontales entre las asignaturas.

Etapa de profundización

La etapa de profundización abarca del quinto al octavo semestres, su objetivo es proporcionar a los estudiantes la oportunidad de ahondar en el conocimiento de alguno de los campos de estudio más importantes de la Comunicación, que derivan en importantes ámbitos profesionales de desempeño. Los cinco campos de profundización que se ofrecen en este plan de estudios son los siguientes: Campo de profundización en Comunicación Organizacional; Campo de profundización en Comunicación Política; Campo de profundización en Periodismo en los Medios; Campo de profundización en Producción Audiovisual, y finalmente el Campo de profundización en Publicidad.

En el quinto semestre se ofrece la base teórico-analítica e introductoria del campo de profundización elegido por el estudiante; en los semestres, sexto y séptimo se incorporan gradualmente optativas y se combina la teoría con la práctica. Y en el octavo semestre se cursan sólo asignaturas optativas del campo elegido.

Es importante señalar que los cinco campos de profundización ya mencionados, existían con el nombre de opciones terminales en los planes 1997 y 2007, y que desde entonces han significado una fortaleza dentro del diseño curricular, por lo que se decidió conservarlos, actualizando contenidos y bibliografía; complementando a cada uno de ellos con asignaturas optativas, en respuesta a los cambios experimentados en el contexto nacional y mundial que impactan en el escenario político, social y tecnológico donde tienen lugar los fenómenos comunicacionales; y sustituyendo algunas asignaturas consideradas obligatorias.

En el Campo de Profundización en Publicidad, se incorporó como asignatura obligatoria, Fundamentos de mercadotecnia, que en el plan anterior era optativa. Estrategia de medios

cambió de nombre y adecuó contenidos, ahora se denomina Planeación estratégica de medios. Las asignaturas nuevas se concentran principalmente en el área de optativas.

En el Campo de Profundización en Comunicación Política se incorporan como nuevas asignaturas en quinto semestre, Régimen y sistema político en el México actual, que sustituye a Comunicación en los regímenes políticos, retoma sus contenidos y agrega el estudio del Estado actual; Ética pública, transparencia y derecho a la información adiciona el debate acerca de la transparencia y su conversión a status de marco jurídico, se le aplica a la ciudadanía y a los reclamos de rendición de cuentas en los procesos de gobernanza en el México contemporáneo. Cultura política en México es un área de conocimiento interdisciplinario en México y en el mundo que se recupera para la formación del egresado. Comunicación política en redes digitales trata de los fenómenos que se han presentado debido a la incorporación de las nuevas tecnologías en la vida política, particularmente de la democracia digital. Y se crearon nuevas asignaturas optativas.

En el Campo de Profundización en Producción Audiovisual, los cambios obedecen a tres perspectivas principales: Proponer y desarrollar un campo teórico y un perfil epistemológico par la producción audiovisual. Un movimiento hacia la condición de la discursividad transmedia y la productividad cross-media. Y una orientación dirigida hacia el estado digital del proceso de Producción audiovisual. A estas tres líneas corresponden las asignaturas nuevas: en quinto semestre Gestión y desarrollo de proyectos en producción audiovisual, y Estudios sociales y culturales de la producción audiovisual. Se incorporan dos asignaturas que dan la base para la Producción de imagen en movimiento y Producción sonora, que se cursan en sexto semestre y se continúan en el séptimo semestre.

En el Campo de Profundización en Comunicación Organizacional se crean tres nuevas asignaturas: Procesos y tecnologías para la comunicación en las organizaciones, Creatividad e innovación en las organizaciones (Gestión de organizaciones del sector social) y Cultura en las organizaciones. La asignatura Relaciones públicas pasa de ser optativa a obligatoria.

Por lo que corresponde al Campo de Profundización en Periodismo en los Medios, se crean asignaturas obligatorias que pretenden incorporar los aspectos relativos a las nuevas tecnologías, Periodismo en Internet, Periodismo multimedia, y Diseño editorial, para soporte de medios impresos y digitales. Por último, se incorpora Periodismo, ética y derechos humanos que busca subsanar un déficit del plan anterior.

Asignaturas optativas de elección

Las asignaturas optativas de elección que se ofrecen en este plan buscan complementar con conocimientos básicos la formación disciplinar, y a la vez dan flexibilidad para que el estudiante vaya armando su trayecto de formación de acuerdo a sus intereses profesionales. Estas asignaturas ponen énfasis en aspectos de legislación de medios; aspectos culturales; la cultura cinematográfica y audiovisual; y el reforzamiento de otros conocimientos como Geopolítica y comunicación, Psicología y Estrategias de comunicación.

Existe un grupo de asignaturas optativas que se cursan en cuarto, quinto y sexto semestres. Son asignaturas en las que pueden confluir de nuevo todos los alumnos de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, independientemente del Campo de

profundización elegido. Se encuentran organizadas de acuerdo al semestre en el que pueden cursarse:

Asignaturas optativas de elección del cuarto semestre:

- Comunicación publicitaria
- Imagen y discurso audiovisual

El alumno elige una asignatura de las dos opciones que se ofrecen.

Asignaturas optativas de elección del quinto semestre:

- ⇒ Marco jurídico de las telecomunicaciones y la radiodifusión
- ⇒ Geopolítica y comunicación
- ⇒ Uso y gestión de plataformas digitales para periodistas
- ⇒ Psicología de la comunicación
- ⇒ Estrategias de comunicación

El alumno elige una asignatura de las cinco opciones que se ofrecen.

Asignaturas optativas de elección del sexto semestre:

- Ética pública, transparencia y derecho a la información
- El cine como cultura audiovisual
- Industrias culturales
- Comunicación e identidad sociocultural
- Crónica parlamentaria y periodismo político
- Técnicas y métodos avanzados de comunicación

El alumno elige una asignatura de las seis opciones que se ofrecen.

Los alumnos podrán inscribir como máximo siete asignaturas a partir del quinto semestre. Los alumnos podrán cursar hasta el 40 % de las asignaturas optativas en otros programas de licenciatura de la UNAM.

Los alumnos podrán cursar asignaturas de campos de profundización distintos al suyo, las cuales serán consideradas como asignaturas optativas. De igual modo podrán cursar cualquiera de las otras optativas de elección como asignaturas optativas, una vez acreditadas las optativas de elección de cuarto quinto y sexto semestre.

Los alumnos podrán cursar como máximo cinco asignaturas en el sistema de universidad abierta o a distancia.

Los alumnos que se encuentren en proceso de movilidad podrán inscribirse en su institución de origen exclusivamente en asignaturas de las licenciaturas que se imparten en su plantel.

Los alumnos que hayan cursado más del 50 por ciento del total de los créditos de la licenciatura, podrán realizar hasta dos semestres de intercambio en instituciones de educación superior nacionales o extranjeras.

Requisitos para la titulación:

El alumno deberá haber aprobado y cursado el cien por ciento de créditos y el total de las asignaturas contempladas en el plan de estudios; tener aprobado mediante constancia expedida por la Escuela Nacional de Lenguas, Lingüística y Traducción (ENALLT), la posesión de un idioma: inglés o francés, o dos comprensiones de idioma, uno de los cuales deberá ser inglés o francés; y acreditado 480 horas de servicio social.

Aunado a los requisitos señalados, el H. Consejo Técnico de la Facultad, en la sesión del 4 de febrero de 2004, aprobó un conjunto de normas sobre la titulación, esta reforma incluye las siguientes formas de titulación:

- Trabajo de investigación
- Tesis
- Tesina
- Ensayo
- Trabajo profesional
- Informe de práctica profesional
- Informe de Servicio Social
- Prototipo profesional: géneros periodísticos (reportaje, crónica, ensayo periodístico y entrevista(diseño de campañas publicitarias (social y comercial); investigación de mercado, estrategia de medios, diseño de campañas políticas, investigación de opinión pública (diagnóstico de contexto y condiciones políticas); programa de comunicación organizacional; programa de relaciones públicas; diagnóstico en comunicación organizacional; plataforma creativa, medios y materiales para la comunicación en las organizaciones, portafolios fotográfico, producción o realización audiovisual por vía analógica o digital; producción o realización de proyectos de imágenes en movimiento; producción o realización de materiales multimedia interactivos; diseño y realización de guiones audiovisuales, y diseño y estrategias de producción audiovisual.

El H. Consejo Técnico en su sesión del 30 de agosto de 2013 aprobó cuatro nuevas formas de titulación al plan de estudios, para quedar como se muestran a continuación:

- A. Opción de titulación mediante totalidad de créditos y alto nivel académico;
- B. Opción de titulación mediante estudios de posgrado (Especialización);
- C. Opción de titulación mediante ampliación y profundización de conocimientos:
 - c.1 Cursar y aprobar cursos o diplomados de educación continua impartidos por la UNAM.
 - c.2. Aprobar un número adicional de asignaturas de la misma licenciatura o de otra afín impartida por la UNAM, equivalente a cuando menos el diez por ciento de créditos totales de su licenciatura.

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

PRIMER SEMESTRE

***CL. CR. NOMBRE DE LA ASIGNATURA**

- 2100 08 Comprensión de textos y expresión oral
- 2101 08 Construcción histórica de México en el mundo I (1808-1946)
- 2102 08 Consulta de fuentes y lectura numérica del mundo
- 2106 08 Economía
- 2104 08 Introducción al pensamiento social y político moderno
- 2107 08 Lenguaje, cultura y poder

SEGUNDO SEMESTRE

- 2200 08 Argumentación y expresión escrita
- 2201 08 Construcción histórica de México en el mundo II (a partir de 1947)
- 2202 08 Estado, sociedad y derecho
- 2203 08 Introducción a la investigación en ciencias sociales
- 2204 08 Teorías de la comunicación I
- 2205 08 Teorías y análisis del discurso

TERCER SEMESTRE

- 2300 08 Análisis de las organizaciones públicas
- 2301 08 Estadística aplicada a las ciencias sociales
- 2302 08 Géneros periodísticos informativos
- 2304 08 Procesos y medios de comunicación en la historia de México I (1320-1876)
- 2305 08 Teorías de la comunicación II
- 2306 08 Teorías de la significación

CUARTO SEMESTRE

- 2400 08 Géneros periodísticos interpretativos
- 2401 08 Investigación en comunicación
- 2402 08 Opinión pública y propaganda
- 2403.08 Procesos y medios de comunicación en la historia de México II (1877-2015)
- 2404.08 Teorías de la comunicación III
Optativa de elección

QUINTO SEMESTRE

Asignatura obligatoria del campo de profundización
Asignatura obligatoria del campo de profundización
Asignatura obligatoria del campo de profundización
Asignatura obligatoria del campo de profundización
Asignatura obligatoria del campo de profundización
Optativa de elección

SEXTO SEMESTRE

Asignatura obligatoria del campo de profundización
Asignatura obligatoria del campo de profundización
Asignatura obligatoria del campo de profundización
Optativa
Optativa de elección

SÉPTIMO SEMESTRE

Asignatura obligatoria del campo de profundización
Asignatura obligatoria del campo de profundización
Asignatura obligatoria del campo de profundización
Optativa
Optativa

OCTAVO SEMESTRE

Optativa
Optativa
Optativa
Optativa
Optativa

OBLIGATORIAS DE CAMPO DE PROFUNDIZACIÓN

COMUNICACIÓN POLÍTICA

QUINTO SEMESTRE

2500 08 Comunicación política
2501 08 Comunicación política en redes digitales
2502 08 Cultura política en México
2503 08 Ética pública, transparencia y derecho a la información
2504 08 Régimen y sistema político en el México actual

SEXTO SEMESTRE

2600 08 Comportamiento político
2601.08 Comunicación en los movimientos políticos y sociales
2602 08 Estrategias de comunicación política

SÉPTIMO SEMESTRE

2700 08 Análisis del discurso político
2701 08 Diseño de campañas políticas y propaganda
2702 08 Diseño y desarrollo de proyectos profesionales

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

QUINTO SEMESTRE

- 2505 08 Comunicación organizacional
- 2506 08 Entorno de las organizaciones
- 2507 08 Procesos y tecnologías para la comunicación en las organizaciones
- 2508 08 Relaciones públicas
- 2509 08 Teoría de las organizaciones

SEXTO SEMESTRE

- 2603 08 Creatividad e innovación en las organizaciones (gestión de organizaciones del sector social)
- 2604 08 Cultura en las organizaciones
- 2605 08 Planeación organizacional

SÉPTIMO SEMESTRE

- 2702 08 Diseño y desarrollo de proyectos profesionales
- 2704 08 Gestión de la comunicación de las organizaciones
- 2705 08 Imagen e identidad en las organizaciones

PUBLICIDAD

QUINTO SEMESTRE

- 2510 08 Análisis publicitario
- 2511 08 Antropología del consumo
- 2512 08 Fundamentos de mercadotecnia
- 2513 08 Investigación del mercado
- 2514 08 Publicidad global e identidad nacional

SEXTO SEMESTRE

- 2606 08 Campañas de publicidad
- 2607 08 Planeación estratégica de medios
- 2608 08 Psicología de la publicidad

SÉPTIMO SEMESTRE

- 2706 08 Campañas de publicidad social
- 2702 08 Diseño y desarrollo de proyectos profesionales
- 2708 08 Marco jurídico de la publicidad

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

QUINTO SEMESTRE

- 2515 08 Diseño y desarrollo de proyectos en producción audiovisual

- 2516 08 Estudios sociales y culturales de la producción audiovisual
- 2517 08 Gestión y desarrollo de proyectos en producción audiovisual
- 2518 08 Introducción al guión audiovisual
- 2519 08 Teoría de la producción audiovisual

SEXTO SEMESTRE

- 2609 08 Análisis de la difusión de las imágenes en la producción audiovisual
- 2610 08 Producción de imagen en movimiento I
- 2611 08 Producción sonora I

SÉPTIMO SEMESTRE

- 2702 08 Diseño y desarrollo de proyectos profesionales
- 2710 08 Producción de imagen en movimiento II
- 2711 08 Producción sonora II

PERIODISMO EN LOS MEDIOS

QUINTO SEMESTRE

- 2520 08 Corrección de originales
- 2521 08 Fotoperiodismo
- 2522.08 Géneros periodísticos de opinión
- 2523 08 Metodología de la investigación periodística
- 2525 08 Periodismo, ética y derechos humanos

SEXTO SEMESTRE

- 2612 08 Periodismo especializado
- 2613 08 Periodismo y lenguaje narrativo
- 2614 08 Planeación y gestión de empresas editoriales

SÉPTIMO SEMESTRE

- 2712 08 Diseño y creación editorial de soportes impresos y digitales
- 2702 08 Diseño y desarrollo de proyectos profesionales
- 2714 08 Periodismo multimedia

ASIGNATURAS OPTATIVAS DE ELECCIÓN

CUARTO SEMESTRE

- 2070 08 Comunicación publicitaria
- 2071 08 Imagen y discurso audiovisual

QUINTO SEMESTRE

- 2072 08 Estrategia de comunicación
- 2073 08 Geopolítica y comunicación
- 2074 08 Marco jurídico de las telecomunicaciones y la radiodifusión
- 2075 08 Psicología de la comunicación
- 2076 08 Uso y gestión de plataformas digitales para periodistas

SEXTO SEMESTRE

- 2077 08 Comunicación e identidad sociocultural
- 2078 08 Crónica parlamentaria y periodismo político
- 2079 08 El cine como cultura audiovisual
- 2080 08 Ética pública, transparencia y derecho a la información
- 2081 08 Industrias culturales
- 2082 08 Técnicas y métodos avanzados de comunicación

ASIGNATURAS DE MOVILIDAD

- 2083 08 Movilidad I (Seminario interdisciplinario)
- 2084 08 Movilidad II (Seminario interdisciplinario)
- 2085 08 Movilidad III (Seminario interdisciplinario)
- 2086 08 Movilidad IV (Seminario interdisciplinario)
- 2087 08 Movilidad V (Optativa de Ciencias de la Comunicación)
- 2088 08 Movilidad VI (Optativa de Ciencias de la Comunicación)
- 2089 08 Movilidad VII (Optativa de Ciencias de la Comunicación)
- 2090 08 Movilidad VIII (Optativa de Ciencias de la Comunicación)

ASIGNATURAS OPTATIVAS

- 2000 08 Agencias informativas
- 2001 08 Análisis de la comunicación emergente
- 2002 08 Análisis de políticas de comunicación
- 2003 08 Análisis semiótico
- 2004 08 Análisis y construcción de la imagen política
- 2005 08 Animación digital
- 2006 08 Apreciación estética y narrativa en la producción audiovisual
- 2007 08 Arte y comunicación
- 2008 08 Caricatura política
- 2009 08 Comportamiento del consumidor
- 2010 08 Comunicación aplicada
- 2011 08 Comunicación de crisis
- 2012 08 Comunicación para el desarrollo sustentable de las organizaciones
- 2013 08 Comunicación persuasiva y liderazgo

2014 08 Comunicación política y deporte
2015 08 Comunicación política y publicitaria, elaboración de material gráfico
2016 08 Comunicación y cultura digital
2017 08 Comunicación y gestión del gobierno
2018 08 Construcción dramática y producción escénica
2019 08 Construcción, apreciación y diseño sonoro
2020 08 Creatividad publicitaria
2021 08 Diagnóstico organizacional
2022 08 Diseño de proyectos creativos en producción audiovisual
2023 08 Diseño publicitario
2024 08 Diseño y desarrollo de estructuras organizacionales
2025 08 Diseño y producción de videojuegos
2026 08 El periodismo y la realidad latinoamericana en los albores del Siglo XXI
2027 08 Enfoque complejo de los sistemas organizacionales
2028 08 Ética periodística moderna
2029 08 Filosofía y comunicación política
2030 08 Fotografía política
2031 08 Fotografía publicitaria
2032 08 Fundamentos de mercadotecnia política y publicitaria
2033 08 Fundamentos de producción audiovisual transmedia
2034 08 Introducción a la fotografía
2035 08 Investigación de mercados II
2036 08 La historia como reportaje
2037 08 La Información política y la realidad latinoamericana en el Siglo XXI
2038 08 Lenguaje cinematográfico como cultura audiovisual
2039 08 Literatura y cine
2040 08 Literatura y periodismo
2041 08 Literatura y sociedad II (mexicana)
2042 08 Nuevas alternativas del guión audiovisual
2043 08 Mercadotecnia integral para las organizaciones sociales
2044 08 Medios promocionales
2045 08 Nuevos escenarios tecnológicos en producción audiovisual
2046 08 Nuevos medios publicitarios
2047 08 Periodismo especializado II
2048 08 Periodismo en internet
2049 08 Periodismo especializado II
2050 08 Periodismo gráfico
2051 08 Periodismo por radio
2052 08 Periodismo y organización de unidades de comunicación
2053 08 Plan de relaciones públicas para diversos sectores organizacionales
2054 08 Práctica periodística dirigida
2055 08 Presentaciones de alto impacto
2056 08 Producción de imagen fija y edición digital
2057 08 Producción musical como producción audiovisual
2058 08 Prospectiva de las organizaciones
2059 08 Psicoanálisis y sociedad
2060 08 Psicología de las organizaciones
2061 08 Regulación de los medios audiovisuales
2062 08 Regulación y autorregulación en el periodismo

- 2063 08 Relaciones públicas II
- 2064 08 Salas de prensa
- 2065 08 Sociología del cine mexicano I
- 2066 08 Sociología del cine mexicano II
- 2067 08 Sociología del cine mundial
- 2068 08 Técnicas aplicadas y procedimientos para la producción audiovisual
- 2069 08 Teoría del conflicto y la negociación

***CL.= CLAVE**
CR.= CRÉDITO

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA DE LAS ASIGNATURAS

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

2000 08 AGENCIAS INFORMATIVAS

El alumno comprenderá la importancia de las agencias informativas, su operación, su impacto y establecerá las diferencias con el resto de los medios de comunicación.

2001 08 ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN EMERGENTE

Que el alumno analice los métodos y técnicas de investigación para identificar los procesos de comunicación que emergen en las relaciones de poder de individuos, grupos y organizaciones.

2002 08 ANÁLISIS DE POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

El alumno manejará y aplicará las técnicas para la selección, tratamiento y análisis de la información política manifiesta en los medios, dentro del contexto periodístico y social.

2003 08 ANÁLISIS SEMIÓTICO

El alumno conocerá y aplicará las herramientas teórico-analíticas para analizar y comprender sistemas de significación sociales y culturales contemporáneos (arte, música, cine, arquitectura, literatura, teatro, medios de comunicación, moda, diseño, política, publicidad, entre otros), a través de los estudios semióticos.

2004 08 ANÁLISIS Y CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN POLÍTICA

El alumno conocerá, dominará y reproducirá las teorías, técnicas y metodología en la construcción de la imagen política. Producirá imágenes políticas en cualquier forma gráfica y digital como: caricaturas, carteles, historietas o cómic, fotografía y fotomontaje.

2005 08 ANIMACIÓN DIGITAL

El alumno conocerá las bases teórico prácticas para la creación de un proyecto de animación desde la perspectiva de la Producción Audiovisual. De tal forma que podrá concebir y desarrollar desde la noción básica hasta el desarrollo integral de la animación en el orden digital.

2006 08 APRECIACIÓN ESTÉTICA Y NARRATIVA EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

El alumno se aproximará sistemática y racionalmente a las manifestaciones estéticas y culturales que constituyen el paradigma de lo artístico.

2007 08 ARTE Y COMUNICACIÓN

Comprender los problemas que se plantean con respecto a la relación entre arte y comunicación.

2008 08 CARICATURA POLÍTICA

El alumno analizará desde una perspectiva interdisciplinaria, las teorías, técnicas y metodologías que sustentan el quehacer del caricaturista en el periodismo político desde una óptica del compromiso profesional y social.

2009 08 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Comprender el comportamiento del consumidor para elaborar estrategias de mercadotecnia y publicidad efectivas y asertivas con conocimiento del consumidor y su entorno.

2010 08 COMUNICACIÓN APLICADA

El alumno conocerá y aplicará la comunicación a diversos campos laborales del comunicólogo y del comunicador en una relación interdisciplinaria (p. ej: comunicación para la salud, comunicación educativa, comunicación participativa, comunicación para el desarrollo, etc.) de acuerdo con la coyuntura y las necesidades nacionales.

2011 08 COMUNICACIÓN DE CRISIS

El alumno identificará, comprenderá y generará planes de comunicación para informar a la opinión pública sobre determinados riesgos, amenazas y qué hacer antes, durante y después de una crisis.

2012 08 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LAS ORGANIZACIONES

El alumno diseñará una estrategia de comunicación para contribuir a la sustentabilidad de las organizaciones.

2013 08 COMUNICACIÓN PERSUASIVA Y LIDERAZGO

El alumno conocerá, analizará y aplicará los conceptos fundamentales del proceso de la persuasión como parte del fenómeno comunicacional y como actividad que conscientemente intenta modificar la conducta del *Otro* mediante la interacción simbólica.

2014 08 COMUNICACIÓN POLÍTICA Y DEPORTE

El alumno comprenderá el deporte como un fenómeno social a partir de su evolución como parte de otros fenómenos socio-culturales, tales como la formación de identidades nacionales, los procesos políticos y la difusión y resignificación de valores; desde una óptica que interrelaciona comunicación, política, sociedad y deporte.

2015 08 COMUNICACIÓN POLÍTICA Y PUBLICITARIA, ELABORACIÓN DE MATERIAL GRÁFICO

El alumno conocerá teorías, técnicas y metodología en la producción de caricaturas, carteles, historietas o cómic, fotografía y fotomontaje dentro de la comunicación gráfica.

2016 08 COMUNICACIÓN Y CULTURA DIGITAL

El alumno comprenderá el origen, desarrollo y funcionamiento de las plataformas digitales. Su impacto en la sociedad, las líneas de investigación social viables y la aplicación de diversas herramientas para el ejercicio profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación y sus especialidades.

2017 08 COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DEL GOBIERNO

Conocer los elementos teórico prácticos necesarios para dirigir un área de comunicación social de gobierno o empresarial.

2018 08 CONSTRUCCIÓN DRAMÁTICA Y PRODUCCIÓN ESCÉNICA

Conocer las condiciones y prácticas de la construcción dramática y la perspectiva escénica dentro del campo audiovisual, relacionadas con la actividad productiva. Para aprender a manejar y desarrollar temas, historias, acciones, escenas dentro del ámbito de una obra, serie o puesta en escena, con el aporte del desarrollo de mundos, escenarios reales y virtuales.

2019 08 CONSTRUCCIÓN, APRECIACIÓN Y DISEÑO SONORO

Conocer y dominar el campo sonoro en la producción audiovisual, no solo como lenguaje mediático sino como elemento inherente al proceso de producción audiovisual a partir de su lenguaje, su estructura, su configuración y sus elementos capaces de construir un universo sonoro con un alto nivel de comunicación.

2020 08 CREATIVIDAD PUBLICITARIA

Elaborará un plan de trabajo creativo publicitario fundamentado en técnicas y esquemas que le permitan diseñar estrategias nuevas y recombinarlas para aplicarlas en el producto, así como en los diferentes medios que lo publicitan.

2021 08 DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

El alumno desarrollará la metodología para la elaboración de un diagnóstico y la propuesta de un programa de mejora que incluya estrategias y tácticas de comunicación interna.

2022 08 DISEÑO DE PROYECTOS CREATIVOS EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

El alumno construirá un proyecto de producción audiovisual a partir de un proyecto de investigación documental. De aplicación para las ciencias sociales y para el arte.

2023 08 DISEÑO PUBLICITARIO

Comprender los orígenes de la publicidad impresa y podrá aplicar algunas tácticas y métodos para el diseño de la publicidad.

2024 08 DISEÑO Y DESARROLLO DE ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES

El alumno adquirirá los conocimientos generales que se requieren para elaborar un plan enfocado a la creación de organizaciones que presten servicios en comunicación y relaciones públicas.

2025 08 DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE VIDEOJUEGOS

El alumno entenderá al videojuego como un producto cultural.

2026 08 EL PERIODISMO Y LA REALIDAD LATINOAMERICANA EN LOS ALBORES DEL SIGLO XXI

Se estudiarán los principales problemas en las agendas política, económica, social y de relaciones internacionales, a través de una visión panorámica para analizar los problemas del presente Temario, fundada tanto en el análisis crítico de los medios de comunicación y su praxis en América Latina como en la lectura de autores críticos.

2027 08 ENFOQUE COMPLEJO DE LOS SISTEMAS ORGANIZACIONALES

El alumno contará al final del curso con los conocimientos teóricos necesarios para entender el carácter complejo de las organizaciones, a partir de la comprensión, capacidad de descripción y diseño de las relaciones que se establecen entre las organizaciones y su entorno, así como de las que se construyen dentro de la propia organización y que determinan sus procesos de evolución y desarrollo como sistemas social adaptativo.

2028 08 ÉTICA PERIODÍSTICA MODERNA

Sin descripción sintética en el plan.

2029 08 FILOSOFÍA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

El alumno analizará cómo se ha reflexionado desde la filosofía política en torno del fenómeno del discurso y de la comunicación política en general, entendida ésta no como una actividad técnico-instrumental, sino como parte de un proceso ético-normativo. Comprenderá las implicaciones sociales y culturales de la comunicación política en el desarrollo del pensamiento político y la situación que ambos guardan en el contexto de los debates contemporáneos relativos al poder y la resistencia y a la libertad y la dominación políticas.

2030 08 FOTOGRAFÍA POLÍTICA

Conocer las teorías, técnicas y metodología en la construcción de imagen y fotografía política. Elaborar imágenes y fotografías políticas en cualquier forma gráfica y digital como: fotografía y fotomontaje, caricaturas, formas impresas y carteles.

2031 08 FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA

Entender el concepto y la importancia de la fotografía publicitaria y poner en práctica la gramática de la imagen como elemento primordial para construir discursos fotográficos publicitarios, que integrarán el manejo técnico del equipo fotográfico.

2032 08 FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA POLÍTICA Y PUBLICITARIA

El alumno conocerá los elementos teóricos fundamentales de la mercadotecnia, enfocados en el campo electoral y comercial, así como sus principales estrategias, técnicas y procesos; a partir del reconocimiento de los diferentes tipos de mercadotecnia empleados en el campo político y publicitario.

2033 08 FUNDAMENTOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL TRANSMEDIA

El Taller de Periodismo Transmedial ofrecerá al estudiante los elementos formativos (teóricos y deontológicos) del periodismo, orientará sobre las funciones que cumple dentro de una sociedad y se practicarán las habilidades mínimas que un periodista de este siglo debe poseer. En tal sentido, el estudiante, de forma individual o en equipos, realizará investigación periodística y producirá contenidos transmediales.

2034 08 INTRODUCCIÓN A LA FOTOGRAFÍA

Conocer y dominar la fotografía como medio de comunicación y forma de producción visual, con el propósito de aplicar los conceptos y técnicas de la fotografía como forma de expresión.

2035 08 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II

El alumno conocerá las técnicas y metodologías en estudios cualitativos y cuantitativos; así mismo, mostrará los hallazgos más sobresalientes de la investigación realizada y analizará las estrategias de marketing más convenientes para la mejora continua de productos o servicios.

2036 08 LA HISTORIA COMO REPORTAJE

Valorar la importancia de la Historia, la memoria y la consulta de fuentes, para ofrecer información y, en su caso, explicar el proceso de significación de la realidad, al realizar reportajes.

2037 08 LA INFORMACIÓN POLÍTICA Y LA REALIDAD LATINOAMERICANA EN EL SIGLO XXI

Se fomentará el estudio de los principales problemas de las agendas política, económica, social y de relaciones internacionales de los países del hemisferio, con fundamento en el análisis crítico de la información difundida a través de los medios masivos de comunicación y su praxis en América Latina.

2038 08 LENGUAJE CINEMATOGRAFICO COMO CULTURA AUDIOVISUAL

Identificará el lenguaje cinematográfico como parte de una cultura.

2039 08 LITERATURA Y CINE

El alumno comprenderá los elementos teóricos y analíticos de diferentes puntos de comparación y contacto entre las formas narrativas literarias y las formas cinematográficas.

2040 08 LITERATURA Y PERIODISMO

El alumno analizará y redactará textos periodísticos con herramientas literarias.

2041 08 LITERATURA Y SOCIEDAD II (MEXICANA)

El alumno identificará un panorama de la literatura mexicana del siglo XX, al leer o releer algunos textos fundamentales, con el fin de revalorar la importancia de la lectura de obras literarias en su formación profesional.

2042 08 NUEVAS ALTERNATIVAS DEL GUIÓN AUDIOVISUAL

El alumno conocerá nuevas y diferentes formas del guionismo y dinámicas para contar historias desde perspectivas tecnológicas y orientaciones temáticas distintas correspondientes de los medios tradicionales a los nuevos medios de comunicación, además de adentrarse en los nuevos métodos y técnicas que la concepción del *storytelling* comporta.

2043 08 MERCADOTECNIA INTEGRAL PARA LAS ORGANIZACIONES SOCIALES

El alumno reconocerá la importancia e impacto de la mercadotecnia integral-social para la obtención de rentabilidad social y económica en las organizaciones no lucrativas, públicas o privadas, mediante el diseño y aplicación de estrategias.

2044 08 MEDIOS PROMOCIONALES

El alumno identificará las necesidades de comunicación de una empresa para la creación y planeación de manera analítica y creativa de un plan de promoción de ventas con base en las necesidades diagnosticadas.

2045 08 NUEVOS ESCENARIOS TECNOLÓGICOS EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Comprender los nuevos escenarios productivos audiovisuales en el entorno tecnocomunicativo.

2046 08 NUEVOS MEDIOS PUBLICITARIOS

Al final del curso el alumno podrá identificar los modelos alternativos publicitarios.

2047 08 PERIODISMO ESPECIALIZADO I

Sin descripción sintética en el plan.

2048 08 PERIODISMO EN INTERNET

Percibir al periodismo en línea como un nuevo medio de difusión de mensajes periodísticos. Dominar las técnicas de construcción y redacción de ciberrelatos periodísticos con sus características de hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y actualización. Será capaz de analizar las páginas periodísticas elaboradas ex profeso y las páginas de los periódicos, y obtendrá las herramientas para planear, diseñar y crear una página periodística en Internet.

2049 08 PERIODISMO ESPECIALIZADO II

El estudiante conocerá el periodismo de investigación, sus características, su método y sus técnicas; y aprenderá las diferencias entre este tipo de periodismo y el periodismo rutinario. Asimismo, conocerá los tipos de fuentes de información y su tratamiento.

2050 08 PERIODISMO GRÁFICO

El alumno proyectará y realizará diferentes ejemplares impresos como formas de publicaciones periódicas destacando su representación de la realidad y relevancia social.

2051 08 PERIODISMO POR RADIO

Obtener las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar sus capacidades dentro del medio periodístico que se realiza en radio.

2052 08 PERIODISMO Y ORGANIZACIÓN DE UNIDADES DE COMUNICACIÓN

Obtener los elementos teóricos y prácticos necesarios para comprender el desarrollo y funcionamiento de las Unidades de Comunicación Social públicas y privadas en México; realizará ejercicios del trabajo periodístico enfocado al fortalecimiento de la imagen institucional.

2053 08 PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS PARA DIVERSOS SECTORES ORGANIZACIONALES

El alumno diseñará un plan de Relaciones Públicas para un sector para comunicarse con sus públicos.

2054 08 PRÁCTICA PERIODÍSTICA DIRIGIDA

El alumno será introducido en una organización periodística donde pueda desarrollar habilidades y destrezas propias del periodista multimedia que demanda el mercado profesional actual.

2055 08 PRESENTACIONES DE ALTO IMPACTO

Conocer técnicas adecuadas para desarrollar presentaciones de alto impacto en proyectos profesionales en empresas privadas y otras organizaciones a través de herramientas multimedia.

2056 08 PRODUCCIÓN DE IMAGEN FIJA Y EDICIÓN DIGITAL

El estudiante comprenderá el planteamiento y la generación de la imagen fija a través del trabajo productivo audiovisual centrado principalmente en el campo digital.

2057 08 PRODUCCIÓN MUSICAL COMO PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

El alumno desarrollará conocimientos y competencias teóricas y prácticas en la producción musical en el campo de la Producción audiovisual. Identificará los elementos compositivos de los procesos de producción musical, que le permitan desarrollar trabajo en esta creciente y compleja corriente productivo-comunicativa.

2058 08 PROSPECTIVA DE LAS ORGANIZACIONES

El alumno diseñará el plan de prospectiva estratégica en cada una de sus etapas para proyectar, predecir, prevenir, anticipar y pronosticar sobre un hecho social.

2059 08 PSICOANÁLISIS Y SOCIEDAD

El alumno adquirirá los principios básicos del psicoanálisis para que a partir del marco teórico de esa disciplina sepa cómo los factores inconscientes condicionan la manera de actuar del hombre. Esto le permitirá entender y explicarse la múltiple y dinámica acción del sujeto social.

2060 08 PSICOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES

El estudiante desarrollará habilidades y competencias para analizar y evaluar el comportamiento de las personas en las organizaciones a fin de generar estrategias de cambio planeado.

2061 08 REGULACIÓN DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

El alumno conocerá los fundamentos jurídicos de los medios audiovisuales.

2062 08 REGULACIÓN Y AUTORREGULACIÓN EN EL PERIODISMO

Conocerá los derechos y obligaciones de los periodistas y las necesidades, alcances y formas de protección del ejercicio periodístico en la actualidad.

2063 08 RELACIONES PÚBLICAS II

Los alumnos tendrán la capacidad de elaborar y ejecutar programas de Relaciones Públicas como herramienta estratégica en el área de la Comunicación Organizacional, tomando en cuenta a públicos y entidades, tanto internas como externas.

2064 08 SALAS DE PRENSA

Reafirmar los conocimientos teórico-metodológicos adquiridos en los primeros cinco semestres de la carrera.

2065 08 SOCIOLOGÍA DEL CINE MEXICANO I

El alumno reconocerá las dinámicas y los usos sociales que se suscitaron en México a partir de la llegada del cinematógrafo.

2066 08 SOCIOLOGÍA DEL CINE MEXICANO II

El alumno será capaz de reconocer la interdependencia del cine y su dinámica social en nuestro país, a partir de la década de los treinta y hasta nuestros días.

2067 08 SOCIOLOGÍA DEL CINE MUNDIAL

El alumno explicará al cine como fenómeno sociológico, para llegar a distinguirlo, con respecto a los otros medios de comunicación, como actividad económica y artística.

2068 08 TÉCNICAS APLICADAS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Conocerá y aplicará las técnicas y procedimientos prácticos y funcionales relativos al manejo, uso y operación de la infraestructura tecnológica audiovisual; desde el registro hasta la edición, tanto en el orden analógico como digital.

2069 08 TEORÍA DEL CONFLICTO Y LA NEGOCIACIÓN

El alumno conocerá los elementos teóricos de la Teoría del Conflicto y la Negociación para detectar y evaluar espacios de conflicto, donde las alianzas se hayan roto o sean inexistentes, y donde las rupturas entre las partes obliguen al acuerdo entre los diferentes actores de un problema.

2070 08 COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

Conocer la publicidad desde la perspectiva de la comunicación y sus principales características en la sociedad contemporánea, así como sus implicaciones en la producción simbólica.

2071 08 IMAGEN Y DISCURSO AUDIOVISUAL

Entender y analizar la importancia del discurso de la imagen fija y de la imagen en movimiento, su estructura y elementos, sus funciones sociales, sus características y sus usos específicos en los diversos tipos de mensaje visual y sonoro (fotografía, pintura, cartel político, publicidad, fotonovela, caricatura, historieta, cine, la televisión, el video e internet).

2072 08 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Que el alumno identifique los procesos y la metodología para diseñar e implementar una estrategia de comunicación que coadyuve a la consecución de los objetivos de comunicación.

2073 08 GEOPOLÍTICA Y COMUNICACIÓN

Comprender el papel de la Geopolítica en la formación de la sociedad humana actual, así como la importancia de la interrelación de los factores económico, político, social, cultural y comunicacional.

2074 08 MARCO JURÍDICO DE LAS TELECOMUNICACIONES Y LA RADIODIFUSIÓN

El alumno conocerá y analizará la Normatividad de las Telecomunicaciones y Radiodifusión en México.

2075 08 PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

El alumno conocerá los conceptos clave de la teoría psicológica para el análisis, la interpretación y la crítica de la cultura, en particular de la industria cultural.

2076 08 USO Y GESTIÓN DE PLATAFORMAS DIGITALES PARA PERIODISTAS

El alumno reconocerá el papel de las plataformas digitales en la práctica del ejercicio periodístico, a la vez que reflexionará sobre la importancia de la ética para el ejercicio periodístico y la responsabilidad en la creación, manejo y distribución de información. Será capaz de gestionar plataformas orientadas a la práctica periodística, así como reconocerá la importancia de crear una identidad digital con prestigio profesional.

2077 08 COMUNICACIÓN E IDENTIDAD SOCIOCULTURAL

El alumnos será capaz de estudiar y analizar el marco conceptual de la identidad cultural y la comunicación, así como la vinculación entre ambos, para con base en ello entender su influencia en el desarrollo social y en los procesos de comunicación actual en donde participan los distintos medios de comunicación, principalmente las nuevas tecnologías.

2078 08 CRÓNICA PARLAMENTARIA Y PERIODISMO POLÍTICO

El alumno conocerá y analizará el desarrollo de la crónica parlamentaria en México como un género del periodismo político por medio del cual se han registrado las transformaciones en la relación entre los poderes Legislativo y Ejecutivo.

2079 08 EL CINE COMO CULTURA AUDIOVISUAL

El estudiante comprenderá la vigencia y trascendencia del lenguaje del cine e identificará su proceso evolutivo.

2080 08 ÉTICA PÚBLICA, TRANSPARENCIA Y DERECHO A LA INFORMACIÓN

El alumno conocerá qué es el derecho a la libre expresión y difusión de las ideas; las diversas figuras jurídicas del Derecho de la información; la transparencia y la ética pública en México y en el mundo.

2081 08 INDUSTRIAS CULTURALES

El objetivo de la materia es que el alumno conozca el origen y desarrollo de las industrias culturales, como objeto de estudio, e incorporar los procesos que de ella se desprenden al campo de las ciencias de la comunicación.

Entender a partir de ellas, los fenómenos centrales de la comunicación y, particularmente de los medios materiales por los cuales se produce y reproduce mediante la incorporación de una perspectiva económica, política y cultural, que auxilie a entender cómo operan e inciden en el tejido social actual.

2082 08 TÉCNICAS Y MÉTODOS AVANZADOS DE COMUNICACIÓN

Al concluir esta asignatura los alumnos serán capaces de planificar estrategias y solucionar problemas a partir del conocimiento en el manejo e interpretación de datos empíricos, de *software* especializado para demoscopía, análisis del discurso político, de contenido, así como observación antropológica, como herramientas fundamentales en la toma de decisiones comunicacionales.

2083 08 MOVILIDAD I (SEMINARIO INTERDISCIPLINARIO)

2084 08 MOVILIDAD II (SEMINARIO INTERDISCIPLINARIO)

2085 08 MOVILIDAD III (SEMINARIO INTERDISCIPLINARIO)

2086 08 MOVILIDAD IV (SEMINARIO INTERDISCIPLINARIO)

Profundizar en temas actuales del campo de las Ciencias de la Comunicación, desde un punto de vista interdisciplinario, con la finalidad de comprender la complejidad de los fenómenos comunicativos.

2087 08 MOVILIDAD V (OPTATIVA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN)

2088 08 MOVILIDAD VI (OPTATIVA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN)

2089 08 MOVILIDAD VII (OPTATIVA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN)

2090 08 MOVILIDAD VIII (OPTATIVA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN)

Analizar temas del campo de las Ciencias de la Comunicación, que permitan al alumno comprender fenómenos comunicativos actuales.

2100 08 COMPRENSIÓN DE TEXTOS Y EXPRESIÓN ORAL

El alumno será capaz de comprender, analizar e interpretar textos para ser expuestos verbalmente ante un público con el uso adecuado de técnicas básicas de la expresión oral, así como de herramientas de apoyo.

2101 08 CONSTRUCCIÓN HISTÓRICA DE MÉXICO EN EL MUNDO I (1808-1946)

El alumno será capaz de analizar e interpretar la configuración histórica de México en el periodo de 1808-1946, en el contexto de los procesos históricos mundiales, distinguiendo y articulando sus dimensiones políticas, económicas, sociales y culturales.

2102 08 CONSULTA DE FUENTES Y LECTURA NUMÉRICA DEL MUNDO

El alumno entenderá numéricamente el mundo a partir de métricas, indicadores y datos en ciencias sociales.

2104 08 INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO SOCIAL Y POLÍTICO MODERNO

El alumno será capaz de analizar las ideas, reflexiones y debates teóricos que dieron origen al pensamiento propio de la ciencia social y acompañaron a la constitución de la sociedad y el Estado modernos.

2106 08 ECONOMÍA

El alumno será capaz de reconocer la naturaleza, dinámica y permanente transformación de la economía y su alcance en las Ciencias Sociales.

2107 08 LENGUAJE, CULTURA Y PODER

El alumno será capaz de argumentar de manera crítica cómo se interrelacionan los problemas del lenguaje, la cultura y el poder en el análisis de los fenómenos políticos y sociales, y de los vínculos teóricos que esta tríada guarda con los campos de estudio particulares de cada disciplina.

2200 08 ARGUMENTACIÓN Y EXPRESIÓN ESCRITA

El alumno será capaz de identificar y comprender las concepciones teóricas y las técnicas básicas de la argumentación para diseñar y escribir informes y ensayos académicos de acuerdo con las concepciones teóricas y las técnicas básicas de la argumentación.

2201 08 CONSTRUCCIÓN HISTÓRICA DE MÉXICO EN EL MUNDO II (A PARTIR DE 1947)

El alumno será capaz de conocer, analizar e interpretar la configuración histórica de México a partir de 1947, en el contexto de los procesos históricos mundiales, distinguiendo y articulando sus dimensiones políticas, económicas, sociales y culturales.

2202 08 ESTADO, SOCIEDAD Y DERECHO

El alumno será capaz de comprender la manera en que funcionan los instrumentos de orientación, teóricos, metodológicos y empíricos de la cultura jurídica crítica y cómo se vinculan para la construcción histórica del ente estatal en un contexto de comunicación, internacionalización y transformación permanente.

2203 08 INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES

El alumno identificará la forma en que se realiza la investigación en las ciencias sociales a través de la identificación de contextos históricos y campos de conocimiento científicos para que se familiarice con las diferentes dimensiones del análisis de la realidad social.

2204 08 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I

El alumno identificará las teorías, enfoques y conceptos elaborados desde distintos campos del conocimiento con una perspectiva interdisciplinaria, para estudiar y comprender la comunicación humana vinculada con las dimensiones social, política y cultural.

2205 08 TEORÍAS Y ANÁLISIS DEL DISCURSO

El alumno dominará las diversas posturas teóricas respecto al estudio del discurso, así como sus correspondientes herramientas de análisis para lograr comprender los fenómenos comunicativos y sociales en distintos ámbitos.

2300 08 ANÁLISIS DE LAS ORGANIZACIONES PÚBLICAS

El alumno será capaz de analizar de manera interdisciplinaria y crítica a las organizaciones públicas en sus diferentes manifestaciones, dinámicas y procesos.

2301 08 ESTADÍSTICA APLICADA A LAS CIENCIAS SOCIALES

Adquirir las herramientas que le permitan entender los conceptos matemáticos y estadísticos elementales para la descripción de grupos y procesos sociales.

2302 08 GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS

Que el alumno identifique y analice las características del periodismo y la noticia; además que practique y maneje las técnicas de la investigación de la redacción periodísticas para la elaboración de notas informativas y entrevistas en prensa escrita, radio y televisión. También que comprenda y asimile las calidades profesionales y éticas del periodista y su compromiso social.

2304 08 PROCESOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA HISTORIA DE MÉXICO I (1320-1876)

El alumno comprenderá la importancia del estudio, desde perspectivas históricas, del surgimiento y desarrollo de los procesos de comunicación en México, y en el marco general del mundo. Conocerá la importancia de los procesos de comunicación y registro y/o acopio y uso de información, con fines políticos, religiosos y económicos en el México prehispánico, el México colonial (durante el virreinato en la Nueva España), y durante el siglo XIX, desde la Independencia y hasta antes del inicio de la dictadura.

2305 08 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II

El alumno identificará las teorías, enfoques y conceptos elaborados desde distintos campos del conocimiento en Ciencias de la Comunicación con una perspectiva interdisciplinaria, para estudiar y comprender la comunicación humana vinculada con las dimensiones social, política y cultural.

2306 08 TEORÍAS DE LA SIGNIFICACIÓN

El alumno será capaz de aplicar los elementos básicos sobre semiótica y hermenéutica a los diferentes campos de estudio de la comunicación, así como elaborar mensajes de cualquier índole y tipo de registro.

2400 08 GÉNEROS PERIODÍSTICOS INTERPRETATIVOS

El alumno será capaz de analizar y elaborar crónicas y reportajes desde la perspectiva del periodismo interpretativo para prensa, radio y televisión. Además de reflexionar acerca de los principios deontológicos y humanistas que permitan al periodista cultivar el pensamiento crítico y la conciencia de su papel como intermediario entre el Estado y la sociedad.

2401 08 INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

El alumno será capaz de plantear y solucionar problemas relativos al campo, distinguiendo ambas perspectivas de análisis y las posibilidades de interrelacionarlas en estudios complejos.

2402 08 OPINIÓN PÚBLICA Y PROPAGANDA

El alumno será capaz de analizar las interrelaciones entre la opinión pública y la propaganda, el contexto político en el cual emergen; los medios de comunicación y sus

distintos procesos de formación, así como revisar las principales orientaciones teórico-metodológicas presentes en las distintas aproximaciones sobre la opinión pública y los planteamientos teóricos y las prácticas históricas de los movimientos políticos y su propaganda.

2403.08 PROCESOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA HISTORIA DE MÉXICO II (1877-2015)

El alumno será capaz de comprender la importancia del estudio, desde perspectivas históricas, de la evolución de los procesos de comunicación en México, y en el marco general del mundo, desde el último tercio del siglo XIX y hasta el inicio del siglo XXI.

Conocerá la importancia de los procesos de comunicación sobre todo desde el surgimiento de los medios audiovisuales / electrónicos (cine, radio, televisión, informática, etc.), sin dejar de lado otras posibilidades de comunicación colectiva que también constituyen formas de construcción de ciudadanía, identidad, imaginarios sociales, etc., independientemente de los medios y las técnicas.

2404.08 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN III

El alumno identificará las teorías, enfoques y conceptos elaborados desde distintos campos del conocimiento con una perspectiva interdisciplinaria, para estudiar y comprender la comunicación humana vinculada con las dimensiones social, política y cultural.

2500 08 COMUNICACIÓN POLÍTICA

Conocer el surgimiento y desarrollo de la comunicación política, como un saber interdisciplinario, identificará los procesos, fenómenos y prácticas socio-políticas y comunicativas de que se ocupa.

2501 08 COMUNICACIÓN POLÍTICA EN REDES DIGITALES

El alumno comprenderá la manera en que opera la comunicación política en el medioambiente digital en torno a los cuatro escenarios virtuales de actuación política. Identificará las interrelaciones entre tecnología, Internet, sociedad y política.

2502 08 CULTURA POLÍTICA EN MÉXICO

Comprender el concepto de cultura política y ubicar su desarrollo histórico desde una perspectiva interdisciplinaria que tome en consideración la Antropología, Ciencia Política, Ciencias de la Comunicación y Sociología.

2503 08 ÉTICA PÚBLICA, TRANSPARENCIA Y DERECHO A LA INFORMACIÓN

Conocer qué es el Derecho a la libre expresión y difusión de las ideas; las diversas figuras jurídicas del Derecho de la información; la transparencia y la ética pública en México y en el mundo.

2504 08 RÉGIMEN Y SISTEMA POLÍTICO EN EL MÉXICO ACTUAL

Identificar los componentes del sistema político mexicano, así como las modificaciones que se han generado desde el México postrevolucionario hasta la época actual. Distinguirá dos tipos de regímenes políticos modernos: presidencialismo y parlamentarismo, los elementos coincidentes y las diferencias estructurales de cada uno de ellos. Ubicará las organizaciones y sujetos sociales, que participan e influyen en los cambios que ha tenido el régimen político mexicano.

2505 08 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Adquirir conocimientos, desarrollar habilidades y actitudes para la implementación de procesos y medios de comunicación en las organizaciones. Estas habilidades le permitirán construir el modelo de comunicación de una organización al final del semestre.

2506 08 ENTORNO DE LAS ORGANIZACIONES

El alumno será capaz de identificar, analizar, sintetizar e interpretar las características del entorno en las organizaciones, así como sus variables dentro del contexto internacional y nacional.

2507 08 PROCESOS Y TECNOLOGÍAS PARA LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

Comprender, diseñar y desarrollar metodologías, estrategias y procesos tecnológicos para la comunicación en las organizaciones y su entorno.

2508 08 RELACIONES PÚBLICAS

El alumno conocerá los principios básicos, orígenes y el desarrollo de las Relaciones Públicas, desde el ámbito nacional e internacional, así como las diferentes teorías y áreas que sustentan a esta disciplina. Comprenderá la importancia de la materia en el desarrollo de la cultura, identidad, imagen, reputación y opinión de los públicos internos y externos, y las organizaciones. Conocer, las bases teóricas-metodológicas para la elaboración de un Plan de relaciones públicas.

2509 08 TEORÍA DE LAS ORGANIZACIONES

Estudiar las diferentes escuelas teóricas de las organizaciones para conocer los modelos y tipos que influyen en relación a su finalidad, formas de funcionamiento y estructura.

2510 08 ANÁLISIS PUBLICITARIO

Que el alumno conozca los elementos básicos que componen el mensaje publicitario, desde el aspecto técnico, semiótico, psicológico y social para aplicar estos elementos al análisis de mensajes.

2511 08 ANTROPOLOGÍA DEL CONSUMO

El alumno conocerá las características del consumo en la sociedad contemporánea, a partir de considerarlo como una práctica social y su papel en la formación de identidades y representaciones.

2512 08 FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

El alumno identificará y empleará las herramientas fundamentales de la mercadotecnia en casos particulares de cualquier sector.

2513 08 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

El alumno conocerá y aplicará las técnicas del diseño de investigación de mercado para productos y servicios de índole empresarial y gubernamental.

2514 08 PUBLICIDAD GLOBAL E IDENTIDAD NACIONAL

El alumno conocerá la naturaleza, dinámica y permanente transformación en la elaboración de mensajes en la sociedad actual.

2515 08 DISEÑO Y DESARROLLO DE PROYECTOS EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

El estudiante conocerá los principios y normas operativas que organizan el trabajo de Producción Audiovisual en diferentes niveles y condiciones; entendida a la organización como la forma de producción y dinámica laboral.

2516 08 ESTUDIOS SOCIALES Y CULTURALES DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

El alumno conocerá el contexto social e histórico en que la producción audiovisual se ha desarrollado desde 1895 a la fecha.

2517 08 GESTIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

El estudiante comprenderá las condiciones reales entorno al trabajo del área de Producción Audiovisual; a partir de conocer las condiciones y características específicas de este mercado para lograr identificar oportunidades para desarrollar proyectos de Producción Audiovisual.

2518 08 INTRODUCCIÓN AL GUIÓN AUDIOVISUAL

El alumno conocerá las principales características, diseñará y elaborará guiones para producciones audiovisuales.

2519 08 TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

El alumno conocerá los principios generales en los que se sostiene y fundamenta el proceso de la Producción Audiovisual. Al mismo tiempo, conocer y analizar las condiciones sociales, económicas, tecnológicas y culturales que se relacionan con dicho proceso y que

le otorgan una dinámica y perspectiva teórico-analítica; a fin de comprender su naturaleza, principios, condiciones y contextos en que se mueve.

2520 08 CORRECCIÓN DE ORIGINALES

El alumno será capaz de redactar textos de cualquier género periodístico con originalidad y de acuerdo con los lineamientos propios del estilo periodístico. Descubrir y enmendar las deficiencias de sus propios originales. Corregir los errores de fondo y forma que se encuentren en los originales que se le proporcionen. Conformar y consolidar su propio estilo.

2521 08 FOTOPERIODISMO

Que el alumno realice y presente fotografías periodísticas destacando su contenido social.

2522.08 GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN

El alumno sea capaz de identificar, diferenciar y ubicar, en el momento actual, la función social de la argumentación periodística a través de los diferentes géneros de opinión.

2523 08 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA

Que el alumno identifique las corrientes periodísticas más importantes, su metodología y técnicas de investigación. Reflexione sobre la importancia de éstas en la construcción de un mensaje periodístico que se distinga por su solidez informativa, producto de un proceso de investigación riguroso y responsable.

2525 08 PERIODISMO, ÉTICA Y DERECHOS HUMANOS

Que el alumno conozca las bases del periodismo; asuma esta actividad como una función social --de particular relevancia dadas las circunstancias críticas que se viven a nivel local y global--, cuyo ejercicio debe ser éticamente orientado; identifique la perspectiva de Derechos Humanos, elevada a nivel constitucional a partir de la reforma de 2011 en esta materia, y se familiarice con las herramientas institucionales y jurídicas de que dispone para desarrollar su labor de comunicación con apego a la deontología periodística.

2600 08 COMPORTAMIENTO POLÍTICO

Comprender las acciones y decisiones individuales y su consecuencia en acciones colectivas.

2601.08 COMUNICACIÓN EN LOS MOVIMIENTOS POLÍTICOS Y SOCIALES

Conocer las teorías, conceptos y definiciones sobre los movimientos políticos y sociales. Así como entender e interpretar las formas de Comunicación Política en ellos e identificar su influencia en las transformaciones sociales.

2602 08 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

Comprender el proceso de planeación estratégica así como las distintas estrategias para resolver problemas de Comunicación Política en el terreno de un contexto definido.

2603 08 CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES (GESTIÓN DE ORGANIZACIONES DEL SECTOR SOCIAL)

El alumno comprenderá la incidencia y relevancia de la comunicación organizacional para el proceso de innovación en la estructura y funcionamiento de las organizaciones del sector social con relación a la transformación del contexto socio histórico

2604 08 CULTURA EN LAS ORGANIZACIONES

El alumno será capaz de identificar, analizar e interpretar la cultura de una organización y construir el modelo cultural de una organización.

2605 08 PLANEACIÓN ORGANIZACIONAL

Identificará y evaluará los requerimientos de las unidades de comunicación interna de una organización e implementará un plan estratégico que responda a las necesidades de las mismas.

2606 08 CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD

El alumno identificará y aplicará los conocimientos y herramientas propios para el desarrollo de una campaña publicitaria integral para un producto, servicio, idea o personaje, partiendo del análisis del mercado y del producto hasta la propuesta de comunicación.

2607 08 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS

El alumno conocerá la importancia de los medios electrónicos e impresos para realizar estrategias publicitarias en los medios de comunicación y las nuevas tecnologías.

2608 08 PSICOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD

El alumno diseñará estrategias de comunicación publicitaria.

2609 08 ANÁLISIS DE LA DIFUSIÓN DE LAS IMÁGENES EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

El alumno será capaz de analizar imágenes en relación con los diferentes sistemas de difusión de ellas. Además, comprenderá la importancia de conocer el contexto en el que se producen y las razones que limitan o facilitan su difusión.

2610 08 PRODUCCIÓN DE IMAGEN EN MOVIMIENTO I

El alumno entenderá el campo y el método de estudio teórico de la Producción Audiovisual para desarrollar proyectos productivos en el terreno de la imagen en movimiento.

2611 08 PRODUCCIÓN SONORA I

El alumno comprenderá el papel del sonido en la producción audiovisual. identificará los elementos del lenguaje sonoro para con ellos desarrollar productos o propuestas de productos a partir del entendimiento del nivel teórico conceptual y de su solución práctica a nivel de la realización productiva.

2612 08 PERIODISMO ESPECIALIZADO

Revisar la evolución histórica y académica del periodismo hasta llegar a consolidarse como una disciplina contemporánea y tener la capacidad de redactar textos que reúnan los lineamientos para considerarse como periodismo especializado.

2613 08 PERIODISMO Y LENGUAJE NARRATIVO

El alumno concebirá el relato periodístico como objeto de investigación basado en la descripción de muestras de la producción informativa cotidiana y, para ello, tendrá nociones fundamentales de teoría narrativa.

2614 08 PLANEACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS EDITORIALES

El alumno tendrá la capacidad de crear empresas editoriales que satisfagan necesidades específicas del mundo periodístico.

2700 08 ANÁLISIS DEL DISCURSO POLÍTICO

Tener la capacidad de planear estratégica y operativamente la Comunicación Política de una campaña política, la generación de información y su análisis, su relación con la mercadotecnia y la publicidad, el análisis de coyuntura, y determinar y manipular a conveniencia el diseño, forma y contenido de las campañas políticas

2701 08 DISEÑO DE CAMPAÑAS POLÍTICAS Y PROPAGANDA

Tener la capacidad de planear estratégica y operativamente la Comunicación Política de una campaña política, la generación de información y su análisis, su relación con la mercadotecnia y la publicidad, el análisis de coyuntura, y determinar y manipular a conveniencia el diseño, forma y contenido de las campañas políticas

2702 08 DISEÑO Y DESARROLLO DE PROYECTOS PROFESIONALES

El alumno establecerá los criterios de diseño, los aspectos de planeación y las tareas para el desarrollo de un proyecto profesional, de investigación o de titulación, en el campo de profundización de la comunicación, atendiendo a las diversas finalidades, modalidades y habilidades que pueden ser requeridas en diversos ámbitos de trabajo.

2704 08 GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

El alumno conocerá y analizará al individuo, el grupo y el sistema de la organización a fin de gestionar niveles de comunicación adecuados para la organización.

2705 08 IMAGEN E IDENTIDAD EN LAS ORGANIZACIONES

Comprender la relevancia de la imagen en una persona, empresa, institución o cualquier organización; construir elementos a través de los cuales formule la identidad de esas organizaciones y evalúen la imagen proyectada.

2706 08 CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD SOCIAL

El alumno podrá diseñar y ejecutar una campaña de publicidad social de manera eficiente a través de herramientas teóricas y prácticas, con la incorporación de conceptos creativos para promover de esta manera, las acciones sociales para lograr una concientización.

2708 08 MARCO JURÍDICO DE LA PUBLICIDAD

Conocer la importancia que tiene el marco jurídico en materia de publicidad para realizar campañas publicitarias tanto comerciales como sociales conforme a la ley y reglamentos vigentes; así como las normas internacionales concernientes a la publicidad.

2710 08 PRODUCCIÓN DE IMAGEN EN MOVIMIENTO II

Aplicar los conocimientos sobre el campo de la imagen en movimiento de la producción Audiovisual para elaborar productos a través de una serie de ejercicios, prácticas y simulaciones que le permitan identificar los niveles conceptuales y prácticos que encierran la producción audiovisual.

2711 08 PRODUCCIÓN SONORA II

Identificar a través de productos audiovisuales y una serie de ejercicios y simulaciones los niveles conceptuales y prácticos que encierran la Producción Audiovisual en el campo del sonido.

2712 08 DISEÑO Y CREACIÓN EDITORIAL DE SOPORTES IMPRESOS Y DIGITALES

Tener la capacidad de crear soportes digitales e impresos, a través del conocimiento de los puntos clave para la edición y corrección de originales.

2714 08 PERIODISMO MULTIMEDIA

Conocer las características del periodismo audiovisual a través de diversas plataformas.

(*) Crédito es la unidad de valor o puntuación de una asignatura, que se computa en la siguiente forma:

a) En actividades que requieren estudio o trabajo adicional del alumno, como en clases teóricas o seminarios, una hora de clase semana- semestre corresponde a dos créditos.

b) En actividades que no requieren estudio o trabajo adicional del alumno, como en prácticas, laboratorio, taller, etcétera, una hora de clase semana-semester corresponde a un crédito.

c) El valor en créditos de actividades clínicas y de prácticas para el aprendizaje de música y artes plásticas, se computará globalmente según su importancia en el plan de estudios, y a criterio de los consejos técnicos respectivos y del Consejo Universitario.

El semestre lectivo tendrá la duración que señale el calendario escolar. Los créditos para cursos de duración menor de un semestre se computarán proporcionalmente a su duración.

Los créditos se expresarán siempre en números enteros.