



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLAN"

CATALOGO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS QUE IMPARTEN ESTUDIOS DE COMUNICACION EN MEXICO



TESINA PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO
Y COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A:
CLAUDIA SOFIA VERONICA / LOPEZ MOSQUEDA

ASESOR: LIC. JAIME PEREZ DAVILA



MEXICO, D.F.

NOVIEMBRE, 1998

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICADA A:

**A MI ADORACION, MI
MAMICHI QUERIDA:
ERES TAN TERCA...
ESO TAMBIEN ME
DISTE DE TI.
GRACIAS!!!**

**A MI TAN AMADO PAPICHI:
IRRITASTE TANTO MI EGO...
NUNCA ESTUVE ENOJADA
CONTIGO, AL CONTRARIO,
GRACIAS POR PRETENDER
ENOJARME.**

**A MARTHA SOSA:
GRACIAS ABUE POR
TODAS TUS ORACIONES**

**GRACIAS TOTALES A MI ASESOR JAIME :
POR TU AMISTAD, POR IMPULSARME,
SOPORTARME EN TODOS, TOODOS
LOS MOMENTOS EN QUE LO NECESITE.**

INDICE

PRESENTACION

INTRODUCCION

1.- Aguascalientes	
1.1. Universidad Autónoma de Aguascalientes.....	1
2.- Baja California	
2.2. Universidad Autónoma de Baja California.....	9
3.- Chihuahua	
3.1. Universidad Autónoma de Chihuahua.....	13
4.- Coahuila	
4.1. Universidad Autónoma de Coahuila.....	16
5.- Colima	
5.1. Universidad de Colima.....	20
6.- Durango	
6.1. Universidad Autónoma de Durango.....	28
7.- Distrito Federal	
7.1. Centro Avanzado de Comunicación CADEC.....	32
7.2. Centro Cultural Justo Sierra.....	43
7.3. Centro de Estudios de la Comunicación Social.....	47
7.4. Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación.....	50
7.5. Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación (Narvarte).....	54
7.6. Centro de Estudios Universitarios del D.F.....	58
7.7. Centro de Estudios PART.....	61
7.8. Centro Universitario Tlalpan.....	65
7.9. Escuela de Periodismo Carlos Septién García.....	68
7.10. Instituto de Estudios Superiores del Colegio Holandés.....	72
7.11 Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa.....	75
7.12 Instituto de Publicidad y Mercadotecnia (IMP).....	77
7.12 Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (Campus Distrito Federal).....	83
7.13 Instituto Universitario de Ciencias de la Comunicación del Colegio Salesiano (IUCE).....	87

7.14 Anáhuac del Sur.....	90
7.15 Universidad Autónoma Metropolitana.....	95
7.16 Universidad de la Comunicación.....	98
7.17 Universidad de las Américas DF.....	105
7.18 Universidad del Claustro de Sor Juana.....	108
7.19 Universidad del Tepeyac.....	116
7.20 Universidad del Valle de México.....	120
7.21 Universidad Iberoamericana.....	123
7.22 Universidad Intercontinental.....	131
7.23 Universidad Latinoamericana.....	135
7.24 Universidad Nacional Autónoma de México.....	138
7.25 Universidad Tecnológica de México (UNITEC).....	143
8.- Estado de México	
8.1. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán.....	147
8.2. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón.....	151
8.3. Universidad Autónoma Chapingo.....	154
8.4. Universidad Autónoma del Estado de México.....	156
8.5. Universidad de Cuautitlán Izcalli.....	159
8.6. Universidad Franco Mexicana.....	162
8.7. Universidad Mexicana.....	166
8.8. Universidad Nuevo Mundo.....	170
9.- Guerrero	
9.1 Universidad Autónoma de Guerrero.....	173
10.- Jalisco	
10.1. Universidad Autónoma de Guadalajara.....	176
10.2. Universidad Cuauhtémoc.....	180
10.3. Universidad del Valle de Atemajac.....	184
11.- Michoacán	
11.1. Instituto de Estudios Superiores.....	187
11.2. Universidad Latina de América.....	190
12.- Morelos	
12.1. Universidad del Sol.....	194
13.- Nuevo León	
13.1. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.....	197
13.2. Universidad Autónoma de Nuevo León.....	202
13.3. Universidad de Monterrey.....	207
13.4. Universidad Regiomontana.....	211
14.- Oaxaca	

14.1. Universidad Mesoamericana.....	215
15.- Puebla	
15.1. Universidad de las Américas.....	218
15.2. Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP)	222
16.- San Luis Potosí	
16.1. Universidad Autónoma de San Luis Potosí.....	226
16.2. Universidad del Centro de México.....	230
17.- Sinaloa	
17.1. Escuela de Comunicación Social de Sinaloa.....	238
17.2. Universidad Autónoma de Sinaloa.....	242
17.3. Universidad de Occidente.....	245
18.- Sonora	
18.1. Universidad del Noroeste.....	251
18.2. Universidad de Sonora.....	254
19.- Tabasco	
19.1. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT).....	257
19.2. Universidad Olmeca.....	260
20.- Tamaulipas	
20.1. Universidad Autónoma de Tamaulipas.....	264
20.2. Universidad del Noreste.....	267
20.3. Universidad Valle del Bravo.....	270
21.- Veracruz	
21.1. Centro de Estudios Universitarios Veracruz.....	273
21.2. Instituto de Estudios Superiores Valle de Orizaba.....	276
21.3. Universidad Cristóbal Colón.....	280
21.4. Universidad del Valle de Orizaba.....	284
21.5. Universidad Veracruzana.....	287
22. Yucatán	
22.1. Universidad del Mayab.....	291
23. GRAFICAS CON RESULTADOS.....	294
24. ANEXO.....	297
CONCLUSIONES.....	302
BIBLIOGRAFIA	

P R E S E N T A C I O N

Esta investigación tiene su origen en una idea que el licenciado Jaime Pérez Dávila, mi asesor, me propuso materializar. El y un grupo de egresados de la carrera de comunicación llevaron a cabo una tarea ardua al investigar acerca de la carrera de comunicación en México, Estados Unidos y Canadá. Esos trabajo contienen información sobre cómo se conciben y se han desarrollado las carreras de comunicación en esos países, sus especialidades, etc.

En el caso de México, la primera intención fue obtener datos que permitan planificar dicha licenciatura y conocer la competencia con la cual se enfrentarían los profesionales de la comunicación en México, a partir de la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio. Esta investigación llegó a su punto culminante en la tesis "La enseñanza de la comunicación en México" que llevó a cabo la licenciada en comunicación Mónica Rodríguez, quien realizó un trabajo completo y de gran ayuda para todos aquellos interesados en la docencia e investigación de la carrera.

Pero en esa tesis no fue posible incluir -por razones de espacio, tiempo y recursos- un directorio con información específica de la totalidad de instituciones que imparten estudios de comunicación a nivel licenciatura y posgrado. Un directorio que incluya los nombres, número y especialidades de las instituciones privadas y públicas a lo largo y ancho de la República Mexicana, que contenga sus domicilios, números telefónicos y, por supuesto, qué ofrecen a los aspirantes a cursar en sus aulas: los fines que persigue la institución, las inscripciones, requisitos a cubrir, formas de titulación, hacia qué está enfocada la institución, mercado de trabajo, perfil profesional, mapa curricular... en fin, los planes de estudio de cada una de las instituciones que imparten la licenciatura y otros grados en comunicación.

El licenciado Jaime Pérez Dávila me invitó a realizar esa extenuante investigación y aquí estoy presentándola como tesina para obtener el grado de licenciado.

INTRODUCCION

Investigadores y organismos reconocidos han llevado a cabo grandes esfuerzos por conocer y analizar el desarrollo de la carrera de comunicación en México, sin embargo, las dificultades abundan, lo que ha contribuido a un avance lento o casi nulo. Por lo regular estos trabajos de investigación muestran el aspecto estático del currículum con que las escuelas realizan su labor educativa, las asignaturas y seriación; la relación que guardan las carreras con la práctica profesional, el contexto en el cual surgió la carrera (económico, político y social).

La ausencia de propuestas serias para definir el objeto de estudio de la comunicación, así como para identificar, explicar y solucionar problemas de ámbito, imperan en México. Los nuevos procesos de globalización en el mundo exigen una reflexión que permita solucionar tales problemas y así preparar al profesional de la comunicación para ser parte de la nueva dinámica social.

Si el sistema de educación superior de México quiere ir al ritmo de los nuevos tiempos, se tiene que mirar con relación a sus necesidades presentes y futuras, sobre todo en el mundo global de hoy. Los sistemas educativos que mejor diagnostiquen dichas situaciones, apresurándose a hacerles frente a partir de las experiencias de otros países, sin duda se pondrán en mejores condiciones de acción respecto a aquellos que no han iniciado el aprendizaje, pero ¿cómo emprender este trabajo en el caso de la carrera de comunicación en México?

Sin datos, sin información precisa a la mano, vaya, sin una base de datos a la cual acudir para consultar, sobre la cual podamos apoyarnos, esta tarea se vislumbra casi imposible.

Entre otras labores, creemos importante y necesario iniciar el trabajo de proporcionar una base de datos que permita en trabajos posteriores planear sobre fundamentos sólidos el futuro de la carrera de comunicación en México, lo que nos pondría en posibilidades de identificar el sentido y la utilidad social de los estudios de comunicación en las condiciones actuales de nuestro país.

En México ninguna de las instancias que regulan, congregan o elaboran catálogos de las escuelas de educación superior ofrecen un registro completo de cuántos, quiénes son y cómo se enseña la carrera de comunicación en nuestro país. A partir de esto nace la idea de elaborar un directorio lo más completo posible, que nos permita a estudiantes, docentes e investigadores consultar para dichos fines.

En esto radica la importancia de este catálogo, el cual contiene información precisa - recopilada entre el año 1993 y 1995- de las instituciones que imparten estudios de comunicación a nivel superior (licenciatura, maestrías y algunos doctorados), que podrá servir como apoyo, como base de datos, a partir de la cual estudiantes, docentes e

investigadores podrán iniciar otras investigaciones en beneficio de la carrera de comunicación en México.

En este catálogo se encuentra información de tipo curricular como el objetivo que la institución persigue al aplicar su plan de estudios, cómo justifica éste, las características vocacionales que el aspirante deberá cubrir antes de decidir por la carrera de comunicación; los requisitos de admisión, el perfil profesional que la institución pretende alcancen sus egresados, el mercado de trabajo que nuestro país ofrece, las diferentes formas de adquirir el título, los grados académicos que podrá obtener, sin dejar de lado el mapa curricular.

A partir de los datos que encontramos en los registros de la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior (ANUIES), del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y la Secretaría de Educación Pública y algunas de las escuelas analizadas, se identificó un número total de 144 instituciones.

Obtuvimos información de 72 escuelas y sus planes de estudios, con lo que quedaron sin análisis la mitad, esto por falta de información acerca de ellas; incluso nos encontramos con muy poca disponibilidad del personal, en los casos que pudimos trasladarnos hasta sus domicilios. Por otra parte, en las mismas SEP, ANUIES y CONEICC no existe información alguna de estas escuelas, ni siquiera números telefónicos, ni domicilio, y qué decir de Internet, para entablar contacto de algún modo, por mínimo que fuera.

La recopilación de todos los datos que conforman este catálogo fue extenuante porque, como ya se mencionó, no existe una base de datos completa y del todo confiable (si existiera, este catálogo no tendría motivo de ser) que nos permita allegarnos de la información pertinente.

Acudimos a la Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica, en donde encontramos los programas, planes de estudios y mapas curriculares de algunas universidades privadas. Pero de esa información poca es la que realmente está completa, por lo que tuvimos que acudir al domicilio de la institución. En los casos en que la escuela cuenta con internet y correo electrónico, el camino para llegar a obtener el plan de estudios completo, se redujo considerablemente.

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) nos ofreció mucha información, pero incompleta y desactualizada, por lo que una vez más entablamos comunicación directa con la institución ya fuera por internet, correo electrónico, telefónicamente o acudiendo a su domicilio, en los casos en que fuera posible.

Nos encontramos con algunas instituciones -registradas en la SEP y ANUIES- que no tienen internet, su número telefónico no está actualizado, el domicilio no está anotado correctamente... en fin, que fue imposible entablar contacto con ellas. Ante esta situación no nos quedó otro camino que conformarnos con los mapas curriculares o con una parte de su

plan de estudios, que es como se encuentran realmente registrados ante la Secretaría de Educación Pública y demás ramificaciones de ésta.

Esto se ve reflejado en el catálogo, al encontramos con instituciones que sólo incluyen su mapa curricular o les falta algún punto por desarrollar, como lo es el perfil profesional, que muchas de ellas omiten; o los requisitos de admisión

Al buscar información de cierta institución el lector deberá recurrir al índice de este catálogo, el cual se encuentra ordenado por entidad federativa y, a su vez, por orden alfabético; así, en primer lugar encontraremos las escuelas del estado de Aguascalientes, luego de Baja California, etc..

Una vez localizada la institución que le interese, podrá encontrar información de tipo curricular y administrativo. Por tanto, podrá saber el nombre de la carrera o estudios de posgrado, qué objetivos persigue el plan de estudios, cómo justifica la institución tales objetivos, qué características vocacionales debe poseer el aspirante respecto a la orientación que cada institución le da a la licenciatura (periodismo escrito, electrónico, publicidad, investigación y docencia, comunicación organizacional, etc.).

Entre esta información, el plan de estudios nos mostrará la tendencia que la institución sigue en la impartición de la licenciatura en comunicación y los conocimientos que el alumno adquirirá, así como el perfil profesional que se pretende alcance el egresado.

Una buena cantidad de instituciones cuenta con información acerca del mercado de trabajo que nuestro país ofrece a los egresados de comunicación.

Respecto a los requisitos administrativos que las escuelas más importancia dan se encuentran aquellos muy particulares de cada institución para admitir en sus aulas a los aspirantes. Importante es también hacer énfasis en los requisitos que deberá cubrir el alumno próximo a obtener el título de licenciado o, en su caso, de maestría y doctorado.

Respecto a nuestro marco teórico, partimos de la revisión de la teoría curricular, con el fin de identificar los elementos que desde este planteamiento deben integrar un plan de estudios, además de que revisamos las currículas obtenidas, para observar cómo aplican dicha teoría las instituciones educativas.

Para cumplir con su objetivo, todas las instituciones educativas elaboran un plan de trabajo que les permite planear, dirigir y evaluar la formación de los estudiantes. Dicho modelo es conocido como currículo o planes de estudio, que puede definirse como:

‘El conjunto sistematizado de conceptos, objetivos, contenidos, series de asignaturas, metodologías y criterios de evaluación que definen una carrera universitaria y orientan la práctica educativa, la organización de los recursos pedagógicos de la institución, los procesos de enseñanza y aprendizaje y el sentido de la práctica profesional de los egresados’.

La existencia de un catálogo con los planes de estudio de todas las instituciones que imparten estudios de comunicación en nuestro país constituye un banco de datos con el que se pueden iniciar diversas actividades de investigación, evaluación de la carrera para potenciar su desarrollo. Asimismo, sugiere temas de investigación poco abordados hasta el momento como el papel que éste juega en los ámbitos social y académico.

La intención a largo plazo es generar una cultura de la información en el ámbito comunicativo, de manera que no sólo las instituciones sino también los docentes e investigadores nos demos a la tarea de sistematizar y actualizar datos de utilidad general con los cuales las acciones educativas y profesionales puedan ser mejor planificadas.

Asimismo, se desea difundir la investigación a nivel nacional, con el fin de darle utilidad a nuestro trabajo y cumplir con sus objetivos.

CUARTO SEMESTRE

Edición de revistas y material impreso
Introducción a la economía
Informática II (aplicada)
Seminario de comunicación organizacional
Diseño gráfico II
Fotografía II

QUINTO SEMESTRE

Producción en radio
Medios alternativos en la organización
Finanzas básicas
Técnicas de planeación
Economía de las empresas
Comunicación interna y externa

SEXTO SEMESTRE

Aspectos legales de la empresa
Análisis del entorno socio-político de la empresa
Comunicación educativa
Administración de recurso humanos
Producción de audiovisuales
Cultura organizacional

SEPTIMO SEMESTRE

Estadística I
Filosofía de la ciencia
Publicidad I
Producción en video
Mercadotecnia
Desarrollo organizacional I
Capacitación y adiestramiento

OCTAVO SEMESTRE

Taller de integración
Estadística II
Investigación de mercados
Publicidad II
Desarrollo organizacional II
Imagen corporativa

NOVENO SEMESTRE

Administración de la producción
Filosofía de la comunicación
Planeación de eventos
Metodología de la investigación en la organización
Relaciones públicas

DECIMO SEMESTRE
Seminario avanzado de integración

** Estos datos no aparecen en el plan de estudios que la universidad nos proporcionó.

Principios de economía
Principios de educación
Optativa del área básica
Principios de sociología
Principios de psicología
Investigación educativa
Historia y filosofía del pensamiento educativo
Optativa del área básica

AREA INTERDISCIPLINARIA (SEMESTRES 4-7)

Economía de la educación
Estadística aplicada a la educación
Psicología educativa I
Optativa del área disciplinaria
Marco normativo de la educación
Sistema educativo nacional
Sociedad y educación
Psicología educativa II
Optativa del área disciplinaria
Diseño curricular
Administración educativa
Teoría y dinámica de grupos
Optativa del área disciplinaria
Introducción de medios
Planeación educativa
Política educativa en México
Optativa del área disciplinaria

AREA PROFESIONAL (SEMESTRE 8-9)

Optativa del área profesional
Optativa del área profesional

OPTATIVAS DEL AREA BASICA

Desarrollo de razonamiento
Formación de actividades profesionales
Desarrollo del espíritu emprendedor
Comunicación humana
Educación sexual
Desarrollo humano
Fundamentos de arte y cultura
Seminario de asuntos contemporáneos
Intr. al siglo XXI
México contemporáneo

Comprensión y elaboración de textos

Otros cursos optativos

OPTATIVAS DEL AREA DISCIPLINARIA

Educación comparada

Ambientación educativa

Educación superior en México

Diseño gráfico

Educación no-formal

Problemas educativos de Baja California

Teoría organizacional

Corrientes contemporáneas

Psicología educativa III

Comunicación educativa

Estad. avanzada en educación

Tópicos selectos en educación

Experiencias en educación no-formal

Finanzas educativas

Métodos y técnicas de enseñanza

Computación aplicada

Otros cursos optativos

OPTATIVAS DEL AREA PROFESIONAL

Capacitación docente

Organización académica

Elaboración de material didáctico

Técnicas de perfeccionamiento docente

Seminario de tesis I

Prácticas educativas en distintos modales

Estructura de la educación en BC

Manejos de grupos

Sistemas de evaluación educativa

Evaluación curricular

Seminario de tesis II

Educ. ambiental

Procesos de aprendizaje

Calidad educativa

Estrategias administrativas en educación

Creatividad, innovación en procesos educativos

Formulación de proyectos educativos

Evaluación de programas educativos

Modernidad y posmodernidad educativa

Otros cursos optativos

** Estos datos no están especificados en el Documento Tonático II de la Coordinación de Ciencias de la Comunicación, ni en el tomo de Estructura Curricular, Planes y Programas de Estudio que la Universidad nos proporcionó.

3. UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIHUAHUA

Dirección: Av. Henry Dunant No. 4612, zona PRONAF. Ciudad Juárez.

Teléfonos: **

Licenciatura en ciencias de la comunicación

Objetivo general: **

Justificación de la carrera: **

Características vocacionales: **

Requisitos de admisión: **

Perfil profesional:

La formación ofrecerá al alumno la capacitación profesional suficiente en el campo de la comunicación colectiva. Mediante esta formación el estudiante de ciencias de la comunicación conocerá y valorará el estado que guarda el conocimiento teórico metodológico y técnico de la comunicación colectiva, así como el nivel de la investigación en comunicación y el alcance y posibilidades de la práctica profesional de la carrera en la cual se ha capacitado.

Mercado de trabajo: **

Requisitos de titulación: **

Grados académicos de titulación: **

Mapa curricular

TRONCO COMUN

PRIMER SEMESTRE

Introducción a la administración

Teoría del conocimiento científico (metodología de investigación científica I)

Introducción a la sociología

Matemáticas

Introducción al estudio del derecho

SEGUNDO SEMESTRE

Historia del México contemporáneo

Estadística I

Metodología de investigación científica II

Inglés I

Optativa

TERCER SEMESTRE

Teoría económica I (micro)

Inglés II

Estadística II

Psicología social

Optativa

CUARTO SEMESTRE

Ciencia política

Teoría económica II (macro)

Psicología aplicada

Derecho constitucional

Optativa

AREA CIENCIAS DE LA COMUNICACION

QUINTO SEMESTRE

Lenguaje y sociedad

Introducción al estudio de la opinión pública

Taller de lectura, redacción y estilística

Comunicación interpersonal y relaciones públicas

Optativa

SEXTO SEMESTRE

Teorías de la comunicación y de la información

Introducción a la lingüística

Desarrollo, régimen y estructura de los medios de comunicación colectiva en México I

Géneros periodísticos informativos (nota informativa, crónica noticiosa y entrevista)

Optativa

SEPTIMO SEMESTRE

Teorías de los medios de comunicación colectiva

Sociología de la comunicación colectiva

Desarrollo, régimen y estructura de los medios de comunicación colectiva en México II

Géneros periodísticos interpretativos (reportaje)

Optativa

OCTAVO SEMESTRE

Técnicas de información por cine

Técnicas de información por radio y TV

Psicología de la comunicación colectiva

Géneros periodísticos de opinión (editorial, artículo de fondo y comentario)

Optativa

NOVENO SEMESTRE

En este semestre los alumnos deberán realizar algún trabajo práctico dentro de algunas de las áreas de la comunicación, el cual será base para la realización de su examen profesional.

** Estos datos no están contemplados en el catálogo de licenciaturas 1984 de la Universidad Autónoma de Chihuahua.

4. UNIVERSIDAD AUTONOMA DE COAHUILA

Dirección: Carretera a Zacatecas S/N km. 3, Saltillo.

Teléfonos:

Licenciatura en ciencias de la comunicación

Objetivo general:

El profesionista de la comunicación comprenderá, investigará, transformará la práctica social de la comunicación y ayudará a mejorar los procesos de comunicación interpersonal, grupal, organizacional y colectiva.

Contará con las aptitudes necesarias para el manejo de la expresión oral, escrita y gráfica, así como con las actividades técnicas y persuasivas indispensables para el desarrollo de los diferentes sectores de su comunidad.

Justificación de la carrera: **

Características vocacionales:

El aspirante a estudiar la carrera de comunicación deberá tener capacidades superiores al término medio- para el uso apropiado del lenguaje y la facilidad para expresarse por escrito y oralmente.

Asimismo, deberá tener facilidades para el manejo, la comparación y el análisis de los sucesos, lo que implica un espíritu crítico e investigador.

Creatividad e imaginación, preocupación por mantenerse informado y actualizado, por lo que deberá tener hábitos de lectura y redacción.

Requisitos de admisión:

Bachillerato

Perfil profesional:

El profesional de la comunicación será capaz de planear, diseñar, elaborar y realizar los procesos de difusión de mensajes impresos y audiovisuales

Sabrá analizar y optimar las relaciones en organizaciones públicas y privadas, así como el manejo de campañas publicitarias y de imagen.

Mercado de trabajo:

- En el área de la empresa privada como asesor, coordinador, ejecutivo de comunicación interna, de relaciones públicas y de publicidad.
- En el área del sector público, en departamentos de comunicación, relaciones públicas y oficinas de prensa en entidades estatales y federales.
- En el área de medios, en diarios y revistas, televisión, radio, cine. En la planeación y producción.

- En el área de la enseñanza, en la docencia e investigación en los centros de enseñanza superior.

Requisitos de titulación:

- Aprobar todas y cada una de las materias que propone el plan
- Cumplir con el servicio social
- Pago de derecho o realización de tesis
- Examen profesional.

Grados académicos de titulación: **

Mapa curricular

PRIMER SEMESTRE

Sociología
Semiología y lingüística
Apreciación estética
Técnicas de investigación documental
Estadística I
Redacción
Psicología social

SEGUNDO SEMESTRE

Sociología de la comunicación
Teoría de la comunicación I
Apreciación musical
Métodos de investigación en ciencias sociales
Estadística II
Redacción I

TERCER SEMESTRE

Fotografía
Teoría de la comunicación II
Iniciación al estudio de los medios I
Métodos de investigación en comunicación I
Sistema político mexicano
Redacción II

CUARTO SEMESTRE

Literatura I
Teoría de la administración
Iniciación al estudio de los medios II

Métodos de investigación en comunicación II
Historia regional
Redacción III

QUINTO SEMESTRE

Literatura II
Administración de recursos humanos
Técnica audiovisuales
Contabilidad
Análisis económico, político y social de la región
Redacción IV

SEXTO SEMESTRE

Expresión oral
Relaciones públicas
Radio
Comunicación organizacional
Fundamento de mercadotecnia
Redacción V

SEPTIMO SEMESTRE

Apreciación cinematográfica
Formato periodístico
Televisión
Comunicación educativa
Mercadotecnia aplicada
Informática

OCTAVO SEMESTRE

Comunicación intercultural
Opinión pública
Derecho y comunicación
Dinámica de grupos
Publicidad
Diseño gráfico

PAQUETE DE MATERIAS OPTATIVAS

Producción en medios de comunicación masiva
Producciones radiofónicas
Producciones televisivas
Producciones publicitarias
Taller de análisis de mensajes

Relaciones públicas y publicidad

Temas selectos de publicidad
Desarrollo organizacional
Seminario de publicidad

Taller de programas de relaciones públicas

Comunicación educativa e investigación

Teoría del aprendizaje

Planeación educativa

Seminario de comunicación alternativa

Seminario de metodología

** Estos datos no están contemplados en el plan de estudios que nos proporcionó la ANUIES.

5. UNIVERSIDAD DE COLIMA

Dirección: Av. Universidad No. 333, Colima, Col.

Teléfonos:

Licenciatura en letras y periodismo

Objetivo general:

La licenciatura en letras y periodismo busca formar profesionistas capacitados en el amplio manejo del lenguaje, ya sea oral o escrito, que le permita incorporarse de manera eficiente a la comprensión y explicación de los fenómenos políticos, culturales y sociales de su momento. Este profesionista será capaz de conocer un amplio mundo de informaciones teóricas, metodológicas, literarias, periodísticas que le serán útiles para enfrentar eficazmente su medio profesional.

Asimismo, debe entender que esta licenciatura establece formar profesionales capaces de comprender mediante el estudio de la lengua la interacción comunicativa de grupos humanos, lo que posibilitará el entendimiento de diversas manifestaciones académicas.

Justificación de la carrera:

Para el periodista de hoy, poseedor de posibilidades vastísimas en su propio medio, resultará indispensable que, atraído por la literatura, se esfuerce por intensificar sus conocimientos en torno a ella. Por eso, ante las necesidades fue necesario formular el plan de estudio de esta nueva licenciatura.

Características vocacionales:

- Marcado hábito por la lectura y la documentación
- Gusto destacado por expresarse correctamente mediante el lenguaje oral y escrito
- Facilidad para el manejo de las relaciones personales y gusto individual por el trato con sus semejantes
- Facilidad para la concentración y para mantener la atención
- Interés por los problemas de la comunidad o de la sociedad en que vive y se desarrolla
- Capacidad de análisis y síntesis para aprovechar los espacios de opinión y divulgación en periódicos, suplementos, revistas y otros medios impresos de la entidad.

Requisitos de admisión:

Bachillerato en el área de ciencias sociales o humanidades

Perfil profesional:

El egresado debe acabar la carrera sabiendo:

- Escribir artículos, ensayos y diversos textos que en determinado momento puedan inscribirse en los ámbitos editoriales o periodísticos

- Incorporarse a las áreas informativas de los diversos medios de comunicación de la región
- Realizar investigaciones lingüístico-literarias bajo los requerimientos formales y técnicos que amerita
- Desempeñarse como corresponsal de organismos periodísticos nacionales o regionales
- Hacer correcciones de estilo, de textos y de formatos en publicaciones especializadas o meramente informativas
- Aplicar los recursos necesarios para la consolidación y mejoramiento de los medios impresos de la región.

Mercado de trabajo:

- Salas de redacción de empresas editoriales, radiofónicas, de producción televisiva o audiovisuales
- Oficinas de prensa o comunicación social de diversas instituciones públicas o privadas, industriales o turísticas, políticas, deportivas o artísticas
- Jefaturas de promoción cultural o literarias en instituciones del sector público
- Instituciones educativas que manejen departamentos o áreas responsables en la elaboración de textos para la enseñanza del español, literatura, periodismo y materias afines
- Corresponsalía de agencias noticiosas
- Centros escolares, académicos o instituciones donde se impartan las materias afines al área periodístico-literarias.

Requisitos de titulación:

Tesis profesional

Grados académicos de titulación: **

Mapa curricular

PRIMER SEMESTRE

Sociedad y cultura I
 Historia del arte I
 Historia de las ideas I
 Proceso histórico de México I
 Gramática española
 Introducción a la literatura I
 Informática
 Inglés
 Acts. culturales y deportivas
 Servicio social

SEGUNDO SEMESTRE

Sociedad y cultura II
 Historia del arte II