

FECHAS:

CURSO PROPEDEUTICO:

INSCRIPCIONES Julio 2 a Julio 27
CURSO Julio 30 a Agosto 31
COSTOS Matrícula \$ 2,000.00
Cada Materia \$ 3,500.00
HORARIO DE CLASES De Lunes a Viernes de 18:00 a 22:00 horas

MATERIAS:

Teoría de la Comunicación
Comunicación Masiva
Medios y Técnicas de la Comunicación
Inglés

MAESTRIA EN COMUNICACION

INSCRIPCIONES Julio 2 a Septiembre 12
DURACION Septiembre 17 a Diciembre 14 de 1984
COSTOS Matrícula \$ 5,000.00
Cada Materia \$ 8,000.00
HORARIO DE CLASES De Lunes a Jueves de 19:00 a 22:00 horas
ASESORIA Viernes de 13:00 a 21:00 horas.



INFORMES

De Lunes a Viernes
de 8:00 a 13:00 y de 14:00 a 19:00 horas en la

**DIVISION DE ESTUDIOS SUPERIORES
E INVESTIGACION CIENTIFICA**

Privada San Pedro 233 Int. "A" Col. del Valle
GARZA GARCIA, N. L.
Teléfonos 78-80-34 y 56-33-84

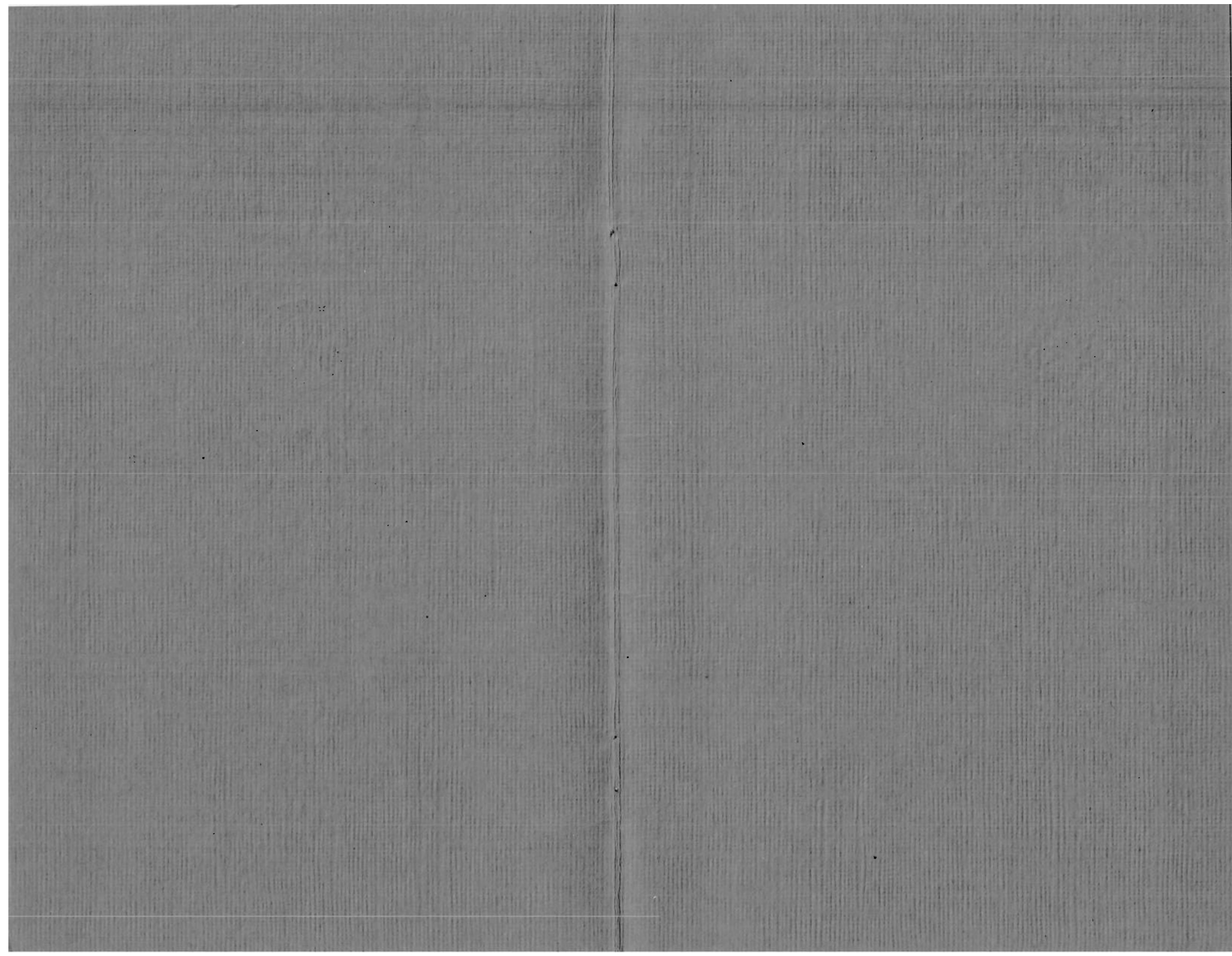
CCC
AI
0159



**Maestría en
Ciencias de la Comunicación**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Autónoma de Nuevo León**

SEPTIEMBRE DE 1984



Antecedentes

LA RAMA de las comunicaciones ha sido una de las actividades más dinámicas de la economía nacional en los últimos diez años. Este crecimiento acelerado es resultado directo de la importancia de las actividades de comunicación e información dentro de la economía y sociedad en general. No es, de ninguna forma, un crecimiento aislado o accidental. Las naciones postindustriales, como los países europeos, el Japón y los Estados Unidos, han registrado vertiginosos crecimientos del número de personas que se dedican a actividades que implican el manejo de comunicación e información. A tal grado ha llegado este crecimiento que en ciertas naciones más de la mitad de los trabajadores labora en actividades que conllevan la creación, manejo y transmisión de información. A estas naciones ya se les identifica como "Sociedades de la Información".

Países como México, y otros en situaciones similares, no pueden ignorar estos desarrollos. La nece-

alidad de aumentar la productividad de crecientes grupos de personas dedicados a manejar información y comunicación, ha ocasionado la llamada "Revolución de las Comunicaciones". Los adelantos tecnológicos en materia de manejo y transmisión de información han encontrado un campo fértil en la necesidad de todas las naciones de mejorar la eficiencia y efectividad de la comunicación y su contribución al desarrollo socio-económico. Satélites, computadoras, redes públicas de datos, sistemas de información en la empresa, y otras más, son tecnologías que forman parte de esta revolución de las comunicaciones.

A la solución de la problemática de las actividades de comunicación y a la adaptación de nuevas tecnologías, contribuyen en diversas formas distintos tipos de profesionales. Por un lado existe el personal técnico, encargado de asegurar que la infraestructura de comunicación funcione adecuadamente. Por otro, existen los profesionales responsables de proveer los

REQUISITOS DE ADMISION

- 1.—Poseer una licenciatura universitaria en Ciencias de la Comunicación o su equivalente. Graduados de otras carreras podrán ingresar a la Maestría después de haber tomado un curso propedéutico que esta misma facultad ofrecerá. Se otorgará un año de gracia a aquellas personas que tengan su título en trámite.
- 2.—Presentación de los siguientes documentos:
 - a) Acta de Nacimiento
 - b) Certificados de escolaridad
 - c) 6 fotografías tamaño credencial
 - d) Carta de intención de estudiar la Maestría
 - e) Curriculum Vitae.
- 3.—Demostrar conocimiento de algún idioma extranjero.

Se dará preferencia al idioma Inglés. El alumno tendrá que acreditar su dominio de idioma en exámenes especiales que esta facultad administrará.
- 4.—Ser aprobado en un concurso de selección, previa entrevista con el Comité de Admisión.

CAMPOS DE EMPLEO ACTUALES Y POTENCIALES

contenidos de comunicación y coordinar la respuesta humana a esta "Revolución de las Comunicaciones".

A este último grupo de profesionales, que gozan de una perspectiva humanista sobre la tecnología de comunicación, va enfocada la Maestría en Ciencias de la Comunicación. Para ello, se identifica un "Sector de la Comunicación e Información", en el cual se agrupan todas aquellas personas cuya actividad económica primordial está relacionada a la creación, procesamiento y transmisión de símbolos. Este sector, y su problemática, son estudiados a fondo en el curso del programa de maestría. Para ello se dota al estudiante de herramientas de investigación, para que, con su acción, contribuya a entender mejor el mencionado sector de la comunicación. La orientación del programa de maestría busca proveer al estudiante de una perspectiva generalista, que le permita planear las actividades de dicho sector, tanto dentro de organismos públicos como privados.

CAMPOS DE EMPLEO ACTUALES Y POTENCIALES

El egresado de la Maestría en Ciencias de la Comunicación tendrá las siguientes características y habilidades:

- A) Será capaz de establecer diagnósticos de comunicación dentro de instituciones públicas y privadas.
- B) Será capaz de planear las actividades de comunicación para su mejor contribución dentro de estas instituciones.
- C) Será capaz de proponer políticas y estrategias de comunicación a nivel nacional o de sector.
- D) Será capaz de hacer uso crítico de los sistemas de comunicación y de implementar los planes que se diseñen.

Así, se espera que el Maestro en Ciencias de la Comunicación tenga el siguiente campo de empleo:

- A) Responsable de la planificación de la comunicación dentro de organismos públicos y privados.
- B) Profesor universitario dentro de las carreras de Ciencias de la Comunicación.
- C) Investigador de los fenómenos de comunicación dentro de organismos públicos y privados.

Comunicación Rural

Estudio de la infraestructura de comunicación en el agro mexicano, incluyendo un análisis de sus deficiencias y posibilidades. Además se analiza el papel de la comunicación en los programas de Extensión Agrícola y de información al campo.

Objetivos

- a** Capacitar al participante para la docencia y la investigación en esta área del conocimiento.
- b** Dotar al participante en esta maestría de las herramientas de investigación científica, para que pueda analizar su medio ambiente y cómo la comunicación lo afecta.
- c** Dar al participante en esta maestría la perspectiva general del sector de la comunicación e información a nivel nacional e internacional. Para ello se estudia dicho sector en sus aspectos histórico, tecnológico, socio-económico y político.
- d** Dotar al participante en esta maestría de las herramientas y la mentalidad de planeación e implementación de las diversas actividades de comunicación en sus diferentes usos y finalidades.

El curso busca capacitar al estudiante en la planeación de actividades de comunicación a nivel general.

Diseño de Estrategias de Comunicación

Casuística de la comunicación. El curso se realiza a base de la presentación de problemas de comunicación y su solución por parte del estudiante. La discusión de dichas soluciones en clase se concibe como un proceso enriquecedor de la perspectiva del estudiante.

Comunicación para la Salud

Análisis del papel de la comunicación dentro del Sector Salud. Se estudia la naturaleza de las relaciones médico-paciente; el uso de nuevas tecnologías de la comunicación para hacer llegar la salud a regiones remotas; y el uso de medios masivos de comunicación en campañas de prevención.

Mercadotecnia de los Sistemas de la Comunicación

Análisis de los métodos de comercialización y distribución de bienes y servicios de comunicación. Esto se hace con una perspectiva no sólo de venta al mercado interno, sino de exportación de bienes de comunicación.

Comunicación Educativa

Estudio de las técnicas de comunicación aplicadas para el mejoramiento de la enseñanza. Para ello se analiza el uso de tecnologías de la comunicación dentro del aula, al igual que el uso de medios masivos de comunicación para procesos de tele-enseñanza.

Seminario de Políticas Nacionales de Comunicación

Análisis de la perspectiva gubernamental de regulación y apoyo a las industrias de la comunicación. Para ello se analizan las tendencias regulatorias de actividades de comunicación, además de las diferentes posiciones con respecto al control de la comunicación social.

Seminario de Aspectos Internacionales de la Comunicación

Análisis de los sistemas globales de comunicación, y de la posición de México ante la estructura de estos sistemas. Para ello se estudian las diferentes perspectivas de las naciones, así como los sistemas de regulación mundial de las comunicaciones.

AREA DE LA ORIENTACION A PLANIFICACION DE LA COMUNICACION

Esta constituye la primera de varias orientaciones que posteriormente serán ofrecidas como opción al estudiante de la Maestría en Ciencias de la Comunicación. Esta orientación busca proveer al estudiante de herramientas y una mentalidad estratégica de planeación de las actividades del Sector de la Comunicación e Información.

Planificación de la Comunicación

Análisis de investigaciones, teorías y prácticas desarrolladas en el proceso de planeación de actividades de comunicación.

Plan de Estudios

El Plan de Estudios consta de un mínimo de 100 créditos. Para ello el alumno cursará materias teórico-prácticas (6 créditos), seminarios (4 créditos). El Plan de Estudios consta de tres áreas que consisten de los siguientes cursos:

Area Básica

Todas las materias del área básica son de carácter obligatorio.

Créditos

- | | |
|---|--|
| 6 | Diseño de Investigaciones de la Comunicación |
| 4 | Seminario de Teoría de la Comunicación |
| 6 | Estadística Aplicada a la Comunicación |
| 6 | Didáctica de las Ciencias de la Comunicación |
| 6 | Investigación Cualitativa de la Comunicación |

Area de Análisis del Sector de la Comunicación

Todas las materias de esta área son obligatorias.

Créditos

- 6 Comunicación y Desarrollo
- 4 Seminario de Historia de los Sistemas de Comunicación en México
- 4 Seminario de Nuevas Tecnologías de la Comunicación
- 4 Seminario de Problemas Económicos de la Comunicación
- 4 Seminario de Políticas Nacionales de Comunicación
- 4 Seminario de Aspectos Internacionales de la Comunicación

26

Area de la Orientación a Planificación de la Comunicación

Las siguientes materias son de carácter obligatorio:

Créditos

- 6 Planificación de la Comunicación
- 6 Diseño de Estrategias de la Comunicación

12

Seminario de Historia de los Sistemas de Comunicación en México

Análisis cronológico del surgimiento de las instituciones y la industria de la comunicación en nuestro país. El curso hace especial énfasis a las condiciones socioeconómicas y de mercado que han propiciado el presente desarrollo de los sistemas de comunicación.

Comunicación y Desarrollo

Análisis de las diferentes contribuciones de las actividades de comunicación al proceso de desarrollo socioeconómico de las naciones. El curso pretende informar al estudiante de las diferentes funciones que la comunicación ha asumido y puede asumir en apoyo a planes nacionales de desarrollo.

Seminario de Nuevas Tecnologías de la Comunicación

Análisis de los recientes adelantos técnicos en materia de comunicaciones, y su convergencia con tecnologías de la informática. Se enfatiza el estudio del impacto social de estas tecnologías, y la adecuación de las mismas a las instituciones sociales de México.

Seminario de Problemas Económicos de la Comunicación

Análisis del impacto económico de las actividades de comunicación e información en los procesos productivos. Se estudia el tamaño de las industrias de la comunicación, tanto cuando se relacionan a la comunicación como un bien comercial, como cuando se les usa para aumentar la productividad de otras empresas.

de investigación cualitativa serán examinados, y dentro de ellos se dará cierto énfasis en la investigación participativa.

Didáctica de las Ciencias de la Comunicación

Estudio de las herramientas necesarias para la actividad de la docencia en Ciencias de la Comunicación. Los estudiantes analizarán los elementos instrumentales y algunos fundamentos teóricos de pedagogía, con el fin de capacitarles para impartir enseñanza en las carreras de Ciencias de la Comunicación.

Seminario de Teoría de la Comunicación

Este es un curso de actualización sobre los estudios más recientes en el campo de la comunicación. Por ello, sus contenidos serán revisados anualmente, de acuerdo a las diversas tendencias de investigación que aparezcan en el campo.

AREA DE ANALISIS DEL SECTOR DE LA COMUNICACION

Esta área representa un grupo de materias diversas que presentan al estudiante una perspectiva analítica de las condiciones y posibilidades del Sector de la Comunicación desde diferentes puntos de vista. El análisis histórico, funcional, económico, político, legal, tecnológico e internacional del Sector de la Comunicación dará al estudiante un marco conceptual para la aplicación de sus habilidades.

Se requieren además un mínimo de 12 créditos optativos dentro de esta área a escoger de la siguiente lista inicial de materias:

Créditos

- 6 Mercadotecnia de los Sistemas de Comunicación
- 6 Comunicación para la Salud
- 6 Comunicación Educativa
- 6 Comunicación Rural

Además, para la obtención del grado de Maestro en Ciencias de la Comunicación, el alumno deberá sustentar una tesis cuya presentación equivale a 25 créditos dentro del plan de estudios.

PROGRAMACION RECOMENDADA DE CURSOS

El programa tiene una duración ideal de 4 semestres ordenados de la siguiente manera:

Primer Semestre

Diseño de Investigaciones de la Comunicación
Seminario de Teoría de la Comunicación
Comunicación y Desarrollo
Seminario de Historia de los Sistemas de Comunicación en México

Segundo Semestre

Estadística Aplicada a la Comunicación
Didáctica de las Ciencias de la Comunicación
Seminario de Nuevas Tecnologías de la Comunicación
Seminario de Problemas Económicos de la Comunicación

Tercer Semestre

Investigación Cualitativa de la Comunicación
Seminario de Políticas Nacionales de Comunicación
Seminario de Aspectos Internacionales de la Comunicación
Planificación de la Comunicación

Cuarto Semestre

Diseño de Estrategias de Comunicación
Optativa
Optativa
Tesis

DESCRIPCION SINTETICA DE PROGRAMAS DE ESTUDIOS

AREA BASICA

Este conjunto de materias busca proveer al participante de las herramientas indispensables para un adecuado desempeño en la investigación y la docencia. Al mismo tiempo se pretende preparar al participante para la realización de su Tesis de Maestría a través de la secuencia de cursos que se dan a través de esta área.

Diseño de Investigaciones de la Comunicación

Estudio práctico de la metodología de investigación en sus aspectos de aplicación al estudio de fenómenos de comunicación. En esta forma se profundiza en los conocimientos relativos al diseño de investigación, y a sus técnicas e instrumentos. En la misma manera, se examinan los tipos de investigación más comunes en el campo de la comunicación.

Estadística Aplicada a la Comunicación

Estudio de las técnicas de análisis estadístico multivariable y sus usos para la prueba de hipótesis de investigación en las ciencias de la comunicación. Para ello, también se capacita al estudiante en el uso de paquetes estadísticos computacionales.

Investigación Cualitativa de la Comunicación

Estudio del modelo científico inductivo y sus herramientas de investigación. Los diferentes métodos

FECHAS:

CURSO PROPEDEUTICO.

INSCRIPCIONES Julio 2 a Julio 27
CURSO Julio 30 a Agosto 31
COSTOS Matrícula \$ 2,000.00
Cada Materia \$ 3,500.00
HORARIO DE CLASES De Lunes a Viernes de 18:00 a 22:00 horas

MATERIAS:

Teoría de la Comunicación
Comunicación Masiva
Medios y Técnicas de la Comunicación
Inglés

MAESTRIA EN COMUNICACION

INSCRIPCIONES Julio 2 a Septiembre 12
DURACION Septiembre 17 a Diciembre 14 de 1984
COSTOS Matrícula \$ 5,000.00
Cada Materia \$ 2,000.00
HORARIO DE CLASES De Lunes a Jueves de 19:00 a 22:00 horas
ASESORIA Viernes de 18:00 a 21:00 horas.



INFORMES

De Lunes a Viernes
de 8:00 a 13:00 y de 14:00 a 19:00 horas en la

DIVISION DE ESTUDIOS SUPERIORES
E INVESTIGACION CIENTIFICA

Privada San Pedro 223 Int. "A" Col. del Valle
GARZA GARCIA, N. L.
Teléfonos 70-56-34 y 56-33-84

CCU
AS
0159



Maestría en Ciencias de la Comunicación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Autónoma de Nuevo León

SEPTIEMBRE DE 1984

Antecedentes

LA RAMA de las comunicaciones ha sido una de las actividades más dinámicas de la economía nacional en los últimos diez años. Este crecimiento acelerado es resultado directo de la importancia de las actividades de comunicación e información dentro de la economía y sociedad en general. No es, de ninguna forma, un crecimiento aislado o accidental. Las naciones postindustriales, como los países europeos, el Japón y los Estados Unidos, han registrado vertiginosos crecimientos del número de personas que se dedican a actividades que implican el manejo de comunicación e información. A tal grado ha llegado este crecimiento que en ciertas naciones más de la mitad de los trabajadores labora en actividades que conllevan la creación, manejo y transmisión de información. A estas naciones ya se les identifica como "Sociedades de la Información".

Países como México, y otros en situaciones similares, no pueden ignorar estos desarrollos. La nece-

alidad de aumentar la productividad de crecientes grupos de personas dedicados a manejar información y comunicación, ha ocasionado la llamada "Revolución de las Comunicaciones". Los adelantos tecnológicos en materia de manejo y transmisión de información han encontrado un campo fértil en la necesidad de todas las naciones de mejorar la eficiencia y efectividad de la comunicación y su contribución al desarrollo socio-económico. Satélites, computadoras, redes públicas de datos, sistemas de información en la empresa, y otras más, son tecnologías que forman parte de esta revolución de las comunicaciones.

A la solución de la problemática de las actividades de comunicación y a la adaptación de nuevas tecnologías, contribuyen en diversas formas distintos tipos de profesionales. Por un lado existe el personal técnico, encargado de asegurar que la infraestructura de comunicación funcione adecuadamente. Por otro, existen los profesionales responsables de proveer los

contenidos de comunicación y coordinar la respuesta humana a esta "Revolución de las Comunicaciones".

A este último grupo de profesionales, que gozan de una perspectiva humanista sobre la tecnología de comunicación, va enfocada la Maestría en Ciencias de la Comunicación. Para ello, se identifica un "Sector de la Comunicación e Información", en el cual se agrupan todas aquellas personas cuya actividad económica primordial está relacionada a la creación, procesamiento y transmisión de símbolos. Este sector, y su problemática, son estudiados a fondo en el curso del programa de maestría. Para ello se dota al estudiante de herramientas de investigación, para que, con su acción, contribuya a entender mejor el mencionado sector de la comunicación. La orientación del programa de maestría busca proveer al estudiante de una perspectiva generalista, que le permita planear las actividades de dicho sector, tanto dentro de organismos públicos como privados.

Objetivos

- a** Capacitar al participante para la docencia y la investigación en esta área del conocimiento.
- b** Dotar al participante en esta maestría de las herramientas de investigación científica, para que pueda analizar su medio ambiente y cómo la comunicación lo afecta.
- c** Dar al participante en esta maestría la perspectiva general del sector de la comunicación e información a nivel nacional e internacional. Para ello se estudia dicho sector en sus aspectos histórico, tecnológico, socio-económico y político.
- d** Dotar al participante en esta maestría de las herramientas y la mentalidad de planeación e implementación de las diversas actividades de comunicación en sus diferentes usos y finalidades.

Plan de Estudios

El Plan de Estudios consta de un mínimo de 100 créditos. Para ello el alumno cursará materias teórico-prácticas (6 créditos), seminarios (4 créditos). El Plan de Estudios consta de tres áreas que consisten de los siguientes cursos:

Area Básica

Todas las materias del área básica son de carácter obligatorio.

Créditos

- 6 Diseño de Investigaciones de la Comunicación
- 4 Seminario de Teoría de la Comunicación
- 6 Estadística Aplicada a la Comunicación
- 6 Didáctica de las Ciencias de la Comunicación
- 6 Investigación Cualitativa de la Comunicación

Area de Análisis del Sector de la Comunicación

Todas las materias de esta área son obligatorias.

Créditos

- 6 Comunicación y Desarrollo
- 4 Seminario de Historia de los Sistemas de Comunicación en México
- 4 Seminario de Nuevas Tecnologías de la Comunicación
- 4 Seminario de Problemas Económicos de la Comunicación
- 4 Seminario de Políticas Nacionales de Comunicación
- 4 Seminario de Aspectos Internacionales de la Comunicación

26

Area de la Orientación a Planificación de la Comunicación

Las siguientes materias son de carácter obligatorio:

Créditos

- 6 Planificación de la Comunicación
- 6 Diseño de Estrategias de la Comunicación

12

Se requieren además un mínimo de 12 créditos optativos dentro de esta área a escoger de la siguiente lista inicial de materias:

Créditos

- 6 Mercadotecnia de los Sistemas de Comunicación
- 6 Comunicación para la Salud
- 6 Comunicación Educativa
- 6 Comunicación Rural

Además, para la obtención del grado de Maestro en Ciencias de la Comunicación, el alumno deberá sustentar una tesis cuya presentación equivale a 25 créditos dentro del plan de estudios.

PROGRAMACION RECOMENDADA DE CURSOS

El programa tiene una duración ideal de 4 semestres ordenados de la siguiente manera:

Primer Semestre

Diseño de Investigaciones de la Comunicación
Seminario de Teoría de la Comunicación
Comunicación y Desarrollo
Seminario de Historia de los Sistemas de Comunicación en México

Segundo Semestre

Estadística Aplicada a la Comunicación
Didáctica de las Ciencias de la Comunicación
Seminario de Nuevas Tecnologías de la Comunicación
Seminario de Problemas Económicos de la Comunicación

Tercer Semestre

Investigación Cualitativa de la Comunicación
Seminario de Políticas Nacionales de Comunicación
Seminario de Aspectos Internacionales de la Comunicación
Planificación de la Comunicación

Cuarto Semestre

Diseño de Estrategias de Comunicación
Optativa
Optativa
Tesis

DESCRIPCION SINTETICA DE PROGRAMAS DE ESTUDIOS

AREA BASICA

Este conjunto de materias busca proveer al participante de las herramientas indispensables para un adecuado desempeño en la investigación y la docencia. Al mismo tiempo se pretende preparar al participante para la realización de su Tesis de Maestría a través de la secuencia de cursos que se dan a través de esta área.

Diseño de Investigaciones de la Comunicación

Estudio práctico de la metodología de investigación en sus aspectos de aplicación al estudio de fenómenos de comunicación. En esta forma se profundiza en los conocimientos relativos al diseño de investigación, y a sus técnicas e instrumentos. En la misma manera, se examinan los tipos de investigación más comunes en el campo de la comunicación.

Estadística Aplicada a la Comunicación

Estudio de las técnicas de análisis estadístico multivariable y sus usos para la prueba de hipótesis de investigación en las ciencias de la comunicación. Para ello, también se capacita al estudiante en el uso de paquetes estadísticos computacionales.

Investigación Cualitativa de la Comunicación

Estudio del modelo científico inductivo y sus herramientas de investigación. Los diferentes métodos

de investigación cualitativa serán examinados, y dentro de ellos se dará cierto énfasis en la investigación participativa.

Didáctica de las Ciencias de la Comunicación

Estudio de las herramientas necesarias para la actividad de la docencia en Ciencias de la Comunicación. Los estudiantes analizarán los elementos instrumentales y algunos fundamentos teóricos de pedagogía, con el fin de capacitarles para impartir enseñanza en las carreras de Ciencias de la Comunicación.

Seminario de Teoría de la Comunicación

Este es un curso de actualización sobre los estudios más recientes en el campo de la comunicación. Por ello, sus contenidos serán revisados anualmente, de acuerdo a las diversas tendencias de investigación que aparezcan en el campo.

AREA DE ANALISIS DEL SECTOR DE LA COMUNICACION

Esta área representa un grupo de materias diversas que presentan al estudiante una perspectiva analítica de las condiciones y posibilidades del Sector de la Comunicación desde diferentes puntos de vista. El análisis histórico, funcional, económico, político, legal, tecnológico e internacional del Sector de la Comunicación dará al estudiante un marco conceptual para la aplicación de sus habilidades.

Seminario de Historia de los Sistemas de Comunicación en México

Análisis cronológico del surgimiento de las instituciones y la industria de la comunicación en nuestro país. El curso hace especial énfasis a las condiciones socioeconómicas y de mercado que han propiciado el presente desarrollo de los sistemas de comunicación.

Comunicación y Desarrollo

Análisis de las diferentes contribuciones de las actividades de comunicación al proceso de desarrollo socioeconómico de las naciones. El curso pretende informar al estudiante de las diferentes funciones que la comunicación ha asumido y puede asumir en apoyo a planes nacionales de desarrollo.

Seminario de Nuevas Tecnologías de la Comunicación

Análisis de los recientes adelantos técnicos en materia de comunicaciones, y su convergencia con tecnologías de la informática. Se enfatiza el estudio del impacto social de estas tecnologías, y la adecuación de las mismas a las instituciones sociales de México.

Seminario de Problemas Económicos de la Comunicación

Análisis del impacto económico de las actividades de comunicación e información en los procesos productivos. Se estudia el tamaño de las industrias de la comunicación, tanto cuando se relacionan a la comunicación como un bien comercial, como cuando se les usa para aumentar la productividad de otras empresas.

Seminario de Políticas Nacionales de Comunicación

Análisis de la perspectiva gubernamental de regulación y apoyo a las industrias de la comunicación. Para ello se analizan las tendencias regulatorias de actividades de comunicación, además de las diferentes posiciones con respecto al control de la comunicación social.

Seminario de Aspectos Internacionales de la Comunicación

Análisis de los sistemas globales de comunicación, y de la posición de México ante la estructura de estos sistemas. Para ello se estudian las diferentes perspectivas de las naciones, así como los sistemas de regulación mundial de las comunicaciones.

AREA DE LA ORIENTACION A PLANIFICACION DE LA COMUNICACION

Esta constituye la primera de varias orientaciones que posteriormente serán ofrecidas como opción al estudiante de la Maestría en Ciencias de la Comunicación. Esta orientación busca proveer al estudiante de herramientas y una mentalidad estratégica de planeación de las actividades del Sector de la Comunicación e Información.

Planificación de la Comunicación

Análisis de investigaciones, teorías y prácticas desarrolladas en el proceso de planeación de actividades de comunicación.

El curso busca capacitar al estudiante en la planeación de actividades de comunicación a nivel general.

Diseño de Estrategias de Comunicación

Casuística de la comunicación. El curso se realiza a base de la presentación de problemas de comunicación y su solución por parte del estudiante. La discusión de dichas soluciones en clase se concibe como un proceso enriquecedor de la perspectiva del estudiante.

Comunicación para la Salud

Análisis del papel de la comunicación dentro del Sector Salud. Se estudia la naturaleza de las relaciones médico-paciente; el uso de nuevas tecnologías de la comunicación para hacer llegar la salud a regiones remotas; y el uso de medios masivos de comunicación en campañas de prevención.

Mercadotecnia de los Sistemas de la Comunicación

Análisis de los métodos de comercialización y distribución de bienes y servicios de comunicación. Esto se hace con una perspectiva no sólo de venta al mercado interno, sino de exportación de bienes de comunicación.

Comunicación Educativa

Estudio de las técnicas de comunicación aplicadas para el mejoramiento de la enseñanza. Para ello se analiza el uso de tecnologías de la comunicación dentro del aula, al igual que el uso de medios masivos de comunicación para procesos de tele-enseñanza.

Comunicación Rural

Estudio de la infraestructura de comunicación en el agro mexicano, incluyendo un análisis de sus deficiencias y posibilidades. Además se analiza el papel de la comunicación en los programas de Extensión Agrícola y de información al campo.

CAMPOS DE EMPLEO ACTUALES Y POTENCIALES

El egresado de la Maestría en Ciencias de la Comunicación tendrá las siguientes características y habilidades:

- A) Será capaz de establecer diagnósticos de comunicación dentro de instituciones públicas y privadas.
- B) Será capaz de planear las actividades de comunicación para su mejor contribución dentro de estas instituciones.
- C) Será capaz de proponer políticas y estrategias de comunicación a nivel nacional o de sector.
- D) Será capaz de hacer uso crítico de los sistemas de comunicación y de implementar los planes que se diseñen.

Así, se espera que el Maestro en Ciencias de la Comunicación tenga el siguiente campo de empleo:

- A) Responsable de la planificación de la comunicación dentro de organismos públicos y privados.
- B) Profesor universitario dentro de las carreras de Ciencias de la Comunicación.
- C) Investigador de los fenómenos de comunicación dentro de organismos públicos y privados.

REQUISITOS DE ADMISION

- 1.—Poseer una licenciatura universitaria en Ciencias de la Comunicación o su equivalente. Graduados de otras carreras podrán ingresar a la Maestría después de haber tomado un curso propedéutico que esta misma facultad ofrecerá. Se otorgará un año de gracia a aquellas personas que tengan su título en trámite.
- 2.—Presentación de los siguientes documentos:
 - a) Acta de Nacimiento
 - b) Certificados de escolaridad
 - c) 6 fotografías tamaño credencial
 - d) Carta de intención de estudiar la Maestría
 - e) Curriculum Vitae.
- 3.—Demostrar conocimiento de algún idioma extranjero.

Se dará preferencia al idioma Inglés. El alumno tendrá que acreditar su dominio de idioma en exámenes especiales que esta facultad administrará.
- 4.—Ser aprobado en un concurso de selección, previa entrevista con el Comité de Admisión.