

Continuación [pregunta 013]

A través de foros y debates : _____

Otros [cuáles] : _____

II. DATOS HISTORICOS

014 Año de Fundación del programa : 1982 Mayo.

015 Reseña histórica [elaborar una síntesis con datos como : fundadores del programa, objetivos que perseguía, áreas en que se especializaba, orientación, etc.]

En 1982 se reúne un grupo de gentes designado por rectoría; lo formaban el Director de la div. de Comunicación, el secretario Académico de la " " " y un coordinador del área. Realizan una investigación y conforman el programa tomando en cuenta las necesidades y áreas de trabajo en la zona metropolitana de Monterrey en febrero de 1982 se nombra al Dr. Alejandro Fernández, coordinador de la maestría.
(ver objetivo general en folleto)

Continuación [punto 051]

Medios	Equipo	Dependen De	
		La Facultad	Otra Dependencia de la Universidad
T.V.	Estudio de T.V		X
	T.V. Blanco/negro		
	T.V. Color	X	X
	Grabadora de Video	X	X
	1 pulgada 3/4 pulgada		X
	1/2 pulgada	X	X
	1/4 pulgada		
Fotografía.	Editora		X
	Laboratorio		X
	Amplidora		X
	Blanco/negro		X
	Amplidora		
	Color		
Audiovisuales.	Cámaras		
	Iluminación		
	Proyector diapositivas	X	
	Sincronizador		
Radio	Disolver		
	Sala de proyecciones		
	Emisora A.M.		
	Emisora F.M.		
	Estudio de Grabación		
Cine	Grabadoras portátiles		
	Especifique la potencia en KW de su emisora[s]:		
	Cámaras 35 mm.		
Otros Equipos.	Cámara 16 mm.		
	Cámaras 8 mm. [Super 8]		
	Editora		
	Empalmadora		
	Sala de proyecciones		X
	Proyector 35 mm.		
Proyector 16 mm.			
Proyector 8 mm. [Super 8]			
	Iluminación.		

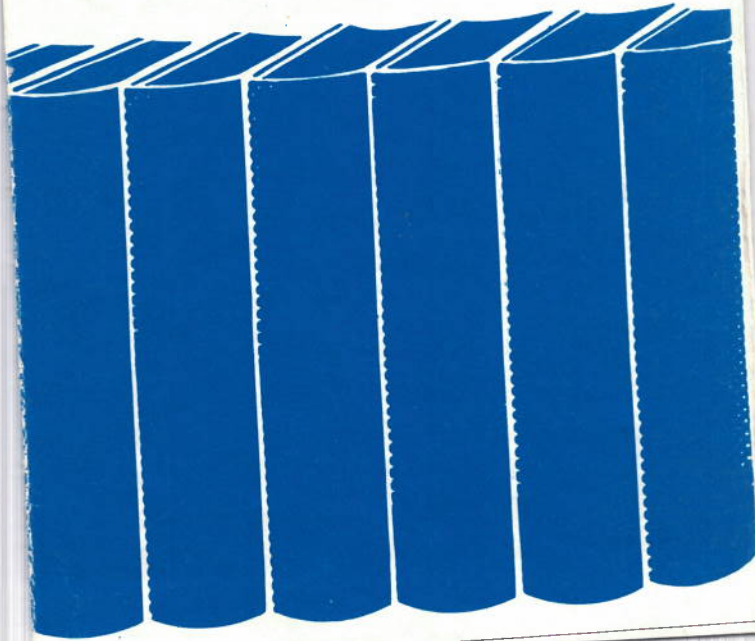
CCC
AI
0162

UNIVERSIDAD REGIOMONTANA



División
de Estudios
de Postgrado

Maestría en
Ciencias de la
Comunicación
Social



CENTRO DE COMUNICACION

I.- OBJETIVOS GENERALES.

- Proporcionar al estudiante el hábito de la investigación que le permita enfocar y analizar en forma correcta los problemas en el área de la comunicación y por lo tanto - aportar soluciones específicas a los mismos.
- Los programas están diseñados para profundizar y fomentar el desarrollo de la investigación de la comunicación humana con el apoyo de las Ciencias Sociales y Filosóficas, - para desarrollar más efectivamente la responsabilidad de un buen comunicador.
- Así mismo, otorgar la oportunidad a los profesionistas interesados en el área de la comunicación, de ampliar su información intelectual mediante la adquisición de conoci-mientos sistemáticos y especializados en el área.
- Al término de la Maestría el alumno deberá conocer y es-tae capacitado para la aplicación de todos los métodos -- existentes en el campo de la investigación de la comunicación.

II.- REQUISITOS DE INSCRIPCION

- Poseer título a nivel de licenciatura en el área de la comuni-
cación, o ser Pasante (habiendo acreditado todas las materias
del plan de estudios) de la Licenciatura en Ciencias de la -
Comunicación de esta Universidad.

Los profesionistas de otras áreas deberán cursar y aprobar --
tres materias propedéuticas.

- Poseer un historial académico aceptable.

- Tener en el Departamento Escolar los documentos que su expe-
diente requiere:

a) Acta de Nacimiento.

b) Copias fotostáticas de los certificados de estudios de -
Secundaria, Bachillerato y Profesional.

c) Copia fotostática notariada de su Título o Cédula Profe-
sional.

d) Cinco fotografías tamaño credencial.

- No tener adeudos en el Departamento de Tesorería.

- Presentar y aprobar el examen del idioma inglés.

Los alumnos que al ingresar a la Maestría no aprueben el
examen del idioma inglés tendrán un plazo máximo de dos
tetramostres para acreditarlo.

III.- REQUISITOS PARA LA OBTENCION DEL GRADO.

- Para obtener el Grado de Maestría, es necesario completar un total (incluyendo tesis) de 54 créditos cursados y - aprobados.

- No tener adeudos en los departamentos de la Universidad (escolar, tesorería y biblioteca, etc.).

- Elaborar y defender una tesis (equivalente a seis créditos).

IV.- PROGRAMA GENERAL DE ESTUDIOS *

MATERIAS PROPEDEUTICAS (para profesionistas de otras áreas).

Teoría de la Comunicación.

Teoría de la Información

Comunicación Masiva.

NIVEL BASICO I

	REQUISITOS	CREDITOS
01. Métodos Cuantitativos.	0	3
02. Bases para el Diagnóstico de la Actualidad Cultural e Ideológica.	0	3
03. Comunicación Intercultural	0	3
04. Investigación Interdisciplinaria	0	3
05. Técnicas Documentales y de Investigación para las Ciencias de la Comunicación.	0	3
		<u>15</u>

NIVEL GENERAL II

	REQUISITOS	CREDITOS
06. Sociología de los Medios Masivos.	0	3
07. Psicología Industrial.	0	3
08. Comunicación Organizacional.	07	3
09. Análisis de Contenido de los Medios Masivos.	06	3
10. Realización Educativa Televisiva.	0	3
11. Relaciones Públicas.	0	3
12. Mercadotecnia Visual.	0	3
13. Investigación Publicitaria.	12	3
14. Estrategias de Promoción	12	3
15. Realización Publicitaria.	13	3
16. Sistemas de Comunicación y Administración.	09	3

* De donde es obligatorio cursar Métodos Cuantitativos y 6 créditos más del Nivel Básico I, y posteriormente escoger 30 créditos del Nivel General II.

NIVEL TERMINAL III.

	REQUISITOS	CREDITOS
17. Administración de los Medios Masivos Gubernamentales	16	3
18. Seminario de Programas de Capacitación.	0	3
19. Seminario de Apreciación Cinematográfica.	0	3
20. Laboratorio de Recreación Organizacional.	08	3
21. Semiótica de la Publicidad.	12	3
22. Periodismo Radiofónico y Televisivo.	0	3
23. Tesis I.	terminar 48 créditos	3
24. Tesis II.	terminar 51 créditos	3

24

De el área Terminal se deberá escoger 9 créditos para completar 48 créditos que componen la Maestría más de 6 créditos para elaboración de Tesis.

V.- CARGA ACADEMICA.

- Se considera como alumnos a tiempo completo aquellos que cursen tres materias por tetramestre.


- Para cursar más de tres materias por tetramestre se deberá solicitar autorización especial a la Comisión de Estudios de Postgrado.

- Se considera como alumno de tiempo parcial aquellos que cursen menos de tres materias por tetramestre. Todos los alumnos deberán sujetarse a las disposiciones emitidas por la División de Estudios de Postgrado.

Investigación Interdisciplinaria Integradora.

- manejar y comprender las interdisciplinas o acentuaciones q' forman el área de com y poseer una visión unificada de la misma.

Relaciones Públicas

- Poseer los métodos y las herramientas de comunicación que utilizan las rel. publ. para crear la imagen de una org.
- 

maestría U.R.

-Com. Intercultural

Identificar y explicar los principales conceptos teóricos de la com. intercultural

Estar conscientes de su cultura y de la influencia q' esta ejere en sus actos de com.

Analizar el intercambio y la influencia cultural de los $\frac{1}{2}$ s masivos en diferentes sociedades

Analizar y proponer soluciones a problemas concretos de la com. intercult.

14hr.



4

INVESTIGACION INTERDISCIPLINARIA INTEGRADORA

- ① Modelos de Comunicación Social.
- ② Desarrollo individual e integración interdisciplinaria.
- ③ Diseño de perfiles.
- ④ Plan individual de desarrollo.

Bibl.

— Budd, Richard W.; Brown, D. Rubin

APPROACHES TO HUMAN COMMUNICATION

— Little John, W. Theories of Human Communication

— Swanson Dy Delia J., The Nature of Human Communication

CCC
AI
0162

UNIVERSIDAD REGION MONTANA
Estudios de Postgrado

Clave GC-010

Nombre

REQUISITO - 0 -

BASES PARA EL DIAGNOSTICO DE LA ACTUALIDAD CULTURAL E IDEOLOGICA.

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Al finalizar el curso el alumno estará en posición de realizar un diagnóstico de su realidad actual. Esto es, el alumno deberá poseer los conocimientos necesarios para entender y explicar la realidad cultural e ideológica actual.

TEMAS PRINCIPALES:

Ideología y cultura. Definición de conceptos y términos. Modificaciones a lo largo de la historia.

La formación del mundo contemporáneo. La sociedad post-industrial. Primera guerra mundial, antecedentes u consecuencias geopolíticas.

El período entre guerras. La situación en América.

La segunda guerra mundial. Antecedentes y desarrollo. Participación de América. Consecuencias.

La aparición del partido único en México

México Industrial y la emergencia de la clase media.

Crisis Mundial. El papel de México en los foros internacionales

¿Existe un proyecto de cultura Nacional?

El papel de los medios en la sociedad mexicana actual.

* Clerk Kenneth- Civilización- Vols .I y II.

* CASSIRER, E. LAS CIENCIAS DE LA CULTURAS.

* EL COLEGIO DE MEXICO: HISTORIA GENERAL DE MEXICO.

Clave GC-005

Inferencia no Paramétrica

Inferencia respecto a correlaciones y Ecuaciones de regresión.

Investigación aplicada: impacto de los medios masivos de la publicidad, etc.

~~*****~~

- *Fundamentals of Behavioral Statistics*
RUNYON y HABER
- *Estadística con Aplicaciones a las Ciencias Sociales
y a la Educación*
DANIEL MC GRAW HILL

UNIVERSIDAD REGIONMONTANA
Estudios de Postgrado

Clave GC-005

Nombre

REQUISITO - 0 -

METODOS CUANTITATIVOS

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- * Conocer las diferentes áreas de la estadística y entender su utilidad en el campo de las ciencias sociales.
- * Practicar las principales técnicas de estadística descriptiva adquiriendo habilidad en su manejo.
- * Conocer los fundamentos, uso y limitaciones de las técnicas comunes de inferencia estadística para:
 - A) Poder utilizarlas en trabajos de investigación, y/o
 - B) Comprender y validar los estudios y conclusiones que (fundamentados en estadística) se presentan en los textos especializados.
- * Practicar la parte estadística de un trabajo de investigación viendo cómo se relacionan y aplican los diversos tópicos del curso.

TEMAS PRINCIPALES:

Introducción a la Estadística
Variables y su medición

Tabulación y presentación de datos
Medidas de Tendencia Central

Medidas de Dispersión

Medidas de asociación entre dos variables
Coeficiente Correlación Pearson
Biserial

Regresión: Predicción y Estimación

Fundamentos de Probabilidad

Muestreo y fundamentos de Inferencia Estadística

Inferencias respecto a Medias y Proporciones

UNIVERSIDAD REGIONAL MONTANA
Estudios de Postgrado

Clave GC-040 Nombre COMUNICACION ORGANIZACIONAL REQUISITO GC-035

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Conocer las premisas, valores, supuestos y objetivos de la comunicación en las organizaciones.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Profundizar en el conocimiento de la comunicación personal, grupal y organizacional.
- Llegar a conocer el estilo personal de cómo nos comunicamos.
- Recibir información de cómo nos comunicamos y de cómo impacta nuestra comunicación en los demás.

TEMAS PRINCIPALES:

TEORIA DE LAS ORGANIZACIONES

TEORIA DE LOS SISTEMAS Y EL MEDIO AMBIENTE DE LAS ORGANIZACIONES

RELACIONES HUMANAS EN LAS ORGANIZACIONES

EL PROCESO DE LA COMUNICACION

LAS COMUNICACIONES NO VERBALES EN LAS ORGANIZACIONES

EFFECTOS DE LA COMUNICACION EN LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

FORMATOS DE INTERACCION EN LAS ORGANIZACIONES

COMUNICACIONES PUBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES

DISENO DE INVESTIGACION EN LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL

CAPACITACION EN COMUNICACION

ASESORAMIENTO EN CAPACITACION

- Communication in Organizations
Everett M. Rogers / Rekha Agarwala
- Comunicación Organizacional
Gerald M. Goldhaber
- Human Behavior at Work
Keith Davis.

Clave GC-035

PLANEACION ORGANIZACIONAL

- Definición
- Naturaleza
- Objetivos
- Modelos

DINAMICA DE LAS RELACIONES LABORALES

- Historia del Trabajo
- Ser y deber ser Empresa
Sindicato
- Tipos de Sindicato
- Historia del Sindicalismo en México
- Esquemas de Poder Sindicato-Empresa

PAPEL DEL CONSULTOR INTERNO

- Teoría de Sistemas
- Modelos de Consultoría
- El proceso de Consultoría
- Características del Consultor Interno

UNIVERSIDAD REGION MONTANA
Estudios de Postgrado

REQUISITO - 0 -

Clave GC-035

Nombre PSICOLOGIA INDUSTRIAL

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Proporcionar a los alumnos conocimientos teorico-prácticos acerca del funcionamiento operativo integral de la organización.

Especificar las áreas de oportunidad de Psicología Industrial en las organizaciones.

TEMAS PRINCIPALES:

FUNDAMENTOS DE PSICOLOGIA INDUSTRIAL

- Definición
- Historia
- Principales Corrientes
- Componentes y Cobertura
- Aplicaciones Prácticas
- Perspectivas Futuras

TECNICAS Y SISTEMAS DE DESARROLLO, CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO.

- Concepto General de: Desarrollo, Capacitación y Adiestramiento
- Diagnóstico de Necesidades de Adiestramiento
- Sistema y Técnicas de Capacitación y Adiestramiento
- Diseño de un Programa de Capacitación y Adiestramiento

EL PROCESO DE RECLUTAMIENTO, SELECCION E INDUCCION

- Diferentes Técnicas de Reclutamiento
- Trabajadores - Mandos Medios
- Empleados Medios - Ejecutivos
- Selección de Personal
- Criterios de Selección

LAS RESPONSABILIDADES DE RELACIONES INDUSTRIALES

- Contratación Individual
- Contratación Colectiva
- IMSS
- Infonavit
- Manejo de Nóminas
- Sueldos y Salarios

UNIVERSIDAD REGIONMONTANA
Estudios de Postgrado

REQUISITO 0

Clave GC-030

Nombre SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS MASIVOS

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Conocer las distintas percepciones de los grupos culturales en el contexto de los Medios Masivos.

TEMAS PRINCIPALES:

La comprensión de los Medios según Mac Luhan, Eco, Barthes y otros teóricos

Teoría de la Comunicación Social

Crítica de la Comunicación Social

Perspectivas y Métodos de la Comunicación de Masas

Sociología de la Comunicación y las nuevas tecnologías.

* COMUNICACION DE MASAS.

Perspectivas y Métodos.

* SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION

Bernhard Badure.

* *Readings in Mass Communication*
Michael-C. EMERY.

Clave

GC-025

Confiabilidad Conceptos

Correlación Conceptos

Análisis Factorial Conceptos.

• BLALOCK, H.M.

~~causal~~
Causal Inferences in Nonexperimental Research

• CAMPBELL, D.T.; STANLEY, J.C.

Experimental and Quasi and Company

• WEBSTER, L.L.; RODRIGUEZ, M.G.

Ensayo de la Metodología Psicológica

UNIVERSIDAD REGION MONTANA
Estudios de Postgrado

REQUISITO - 0 -

Clave GC-025

Nombre TECNICAS DOCUMENTALES Y DE INVESTIGACION
PARA LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Proporcionar a los estudiantes los conocimientos instrumentales necesarios para:
A) La elaboración de trabajos de investigación profesional.
B) La superación eficaz en su ejercicio profesional

TEMAS PRINCIPALES:

Introducción

Naturaleza de la Ciencia
Naturaleza de la Teoría
Concepto Básico
Del Concepto a la Operación
De la Operación a la Medición

Validez Interna

Factores que Invalidan
El problema de la Inducción
Arreglo Reactivo y Awareness
Generalización y sus Problemas

Diseños

Selección de Diseños
Observación
Entrevistas
Filmación-Grabación

Técnicas No Obtrusivas

Definición y Aplicación
Parámetros Formales e Informales
Análisis del Contenido

Técnicas Estadísticas y Ciencias de la Comunicación

Definición - Importancia
Diseño estadístico y su relación con los diseños metodológicos

UNIVERSIDAD REGIONAL MONTAÑA
Estudios de Postgrado

Clave GC-015

Nombre

REQUISITO - 0 -
COMUNICACION INTERCULTURAL

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Identificar y explicar los principales conceptos teóricos de la Comunicación Intercultural.

Estar conciente de su cultura y de la influencia que ésta ejerce en sus actos de comunicación.

Analizar el intercambio y la influencia cultural de los medios masivos en diferentes sociedades.

Analizar y proponer soluciones ó problemas concretos de Comunicación Intercultural.

TEMAS PRINCIPALES:

Introducción al curso y definiciones de Cultura.

Perspectivas de estudio de la Comunicación Intercultural.

Valores

Proxémica

Lenguaje y Cultura

Análisis del Mexicano y su Cultura I Samuel Ramos

Análisis del Mexicano y su Cultura II Octavio Paz

Análisis del Mexicano y su Cultura III

Conclusiones y Discusión.

Influencias de los medios masivos en la cultura y en la C.I.

Penetración Cultural: Satélites, Agencias Noticiosas, etc.

UNIVERSIDAD REGIONMONTANA
Estudios de Postgrado

REQUISITO GC-060

Clave GC-065

Nombre INVESTIGACION PUBLICITARIA

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

*Conocer los métodos y herramientas de investigación utilizados durante los -
períodos de planeación, de realización y de medición de una campaña publicita-
ria.*

TEMAS PRINCIPALES:

Métodos específicos en la Investigación Publicitaria.

Aplicación de pre-test y post-test.

Modelos y sistemas de Medición.

Lanzamientos de pruebas pilotos.

Caminos críticos y diagramas de flujo.

Análisis de resultados.

UNIVERSIDAD REGIONAL MONTANA
Estudios de Postgrado

Clave GC-060

Nombre

MERCADOTECNIA VISUAL ^{REQUISITO}

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Manejar la comunicación visual que es uno de los campos mas importantes de la mercadotecnia y constituye una herramienta esencial en el comunicólogo.

Analizar la teoría básica en Mercadotecnia, identificando los aspectos principales con la elaboración de estrategias de comunicación en la comercialización.

TEMAS PRINCIPALES:

Introducción al concepto de Mercadotecnia.

Las artes visuales y su relación con la Mercadotecnia.

Dirección de Mercadotecnia

Mercados de consumo y comportamiento del consumidor.

Planeación de programas, segmentación y selección de mercados.

Estrategias de Producto

Nuevos Productos

Estrategia de Nuevos Productos

Administración de la Mercadotecnia

Sistemas de identidad corporativa

Publicidad y Mercadotecnia Visual

• Visual Thinking

~~Rudolph~~ Rudolf Arnheim.

• Handbook of Package Design Research
Walter Stern

• Marketing Power
Philip Kotler

UNIVERSIDAD REGION MONTANA
Estudios de Postgrado

Clave GC- 050 Nombre REQUISITO - 0 -
REALIZACION EDUCATIVA TELEVISIVA

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

De poseer las herramientas necesarias para diseñar, programar y realizar emisiones televisivas con contenido administrativo.

TEMAS PRINCIPALES:

CONTENIDO

La televisión educativa. La televisión instruccional.

Los efectos sociales de la televisión.

La situación enseñanza-aprendizaje. Diferentes modelos.

El diseño de objetivos para el aprendizaje.

Casos concretos de la aplicación de la televisión a la educación

El caso de Monterrey. El modelo CEMPAE de enseñanza abierta. La dirección general de educación audiovisual de la UANL.

La producción televisiva y su problemática

Elaboración de guiones

Story board y contenidos

Grabación y edición

Evaluación. Formativa y sumativa.

Evaluación de campo y retroalimentación

El producto final y la reacción del público.

* *Belau, Faus Angel - La información televisiva y su tecnología.*

* *Keller, Fred. S. Aprendizaje.*

* *Newcomb, Horace - the critical view television.*

Clave

GC-045

Distinción según el objeto del análisis
Distinción según la profundidad del análisis

CARACTERES FUNDAMENTALES DEL ANALISIS DE CONTENIDO

- 1.- La determinación previa de categorías
- 2.- La disposición en las categorías y la correlación-funcional de los resultados.
- 3.- Efectos del Formato.

• *An orientation to content analysis*
MODCOM Modules in Speech Communication
C. William Colburn
Stanford B. Weinberg.

• *Métodos de las Ciencias Sociales*
Maurice Duverger
(Ed. Arie)

• *Content Analysis and Research in Communication*
Alfred Smith
Texas University

UNIVERSIDAD REGIONMONTANA
Estudios de Postgrado

REQUISITO GC-030

Clave GC-045

Nombre ANALISIS DE CONTENIDO DE LOS MEDIOS MASIVOS

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Aplicar las técnicas de Investigación de análisis de contenido a los medios masivos de comunicación y sus repercusiones.

TEMAS PRINCIPALES:

1.-Panorama General

Vida Pública-Vida Privada. Conveniencia pertinencia, valores.

2.-Información como factor fundamental del desarrollo individual, social, económico, político cultural.

3.-Qué se dice, Cómo se dice
IDEOLOGIA

4.-Las características generales de los métodos clásicos.
Análisis Interno

a) El carácter racional
El carácter subjetivo

b) El análisis externo

El contexto del Documento
Resonancia del Documento

c) Exploración de las dimensiones sociales e ideológicas

5.- Diversos métodos Clásicos

1 Los procedimientos de análisis histórico.

2 Los procedimientos de análisis sociológico, psicológico, jurídico y literario.

3 El análisis de los documentos estadísticos.

6.- Los métodos cuantitativos

a) Semántica Cuantitativa

b) Los principios generales del análisis

c) La apreciación del procedimiento

d) Análisis del contenido.

UNIVERSIDAD REGIONAL MONTAÑA
Estudios de Postgrado

REQUISITO - 0 -

Clave GC-090

Nombre SEMINARIO DE PROGRAMAS DE CAPACITACION

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Detectar las necesidades, planear y organizar el ciclo de unidades de capacitación del Recurso Humano mediante la investigación de sus responsabilidades y funciones.

CONTENIDO:

Se desarrollarán ocho trabajos de campo dentro de una organización pública o privada.

- Robert L. Craig y Lester R. Bittel
Manual de Entrenamiento y Desarrollo de Personal
Diana.*
- John. H. Proctor y William M. Thornton
~~Manual~~
Capacitación: Manual para Directores de Línea
ARMO, 1976*
- Manuel Alvarez, María del Consuelo Bonfil, Alejandro Mendosa
Manual para elaborar Programas de Adiestramiento.*

UNIVERSIDAD REGIONMONTANA
Estudios de Postgrado

Clave GC-085

Nombre

REQUISITO CC-080
ADMINISTRACION DE LOS MEDIOS MASIVOS
GUBERNAMENTALES.

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Conocer el funcionamiento de los Medios Masivos Gubernamentales y su trascendencia social y legal.

Nociones de Administración Pública

Modelos de Comunicación Gubernamental.

Planeación de objetivos y elaboración de Programas

Sistemas de información en las Secretarías de Estado

Legislación en los Medios Masivos.

UNIVERSIDAD REGIONAL MONTANA
Estudios de Postgrado

REQUISITO GC-045

Clave GC-080

Nombre SISTEMAS DE COMUNICACION Y ADMINISTRACION

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Poseer los conocimientos de los sistemas administrativos que requiere la comunicación, enseñándose a:

Apreciar las dimensiones de la información en el rol del administrador.

Comprender la organización a partir de la perspectiva de los sistemas de información.

Adquirir los conocimientos para asesorar al administrador en su procesamiento de información y los canales para comunicar la misma.

Observar un área de investigación determinando tanto sus principales parámetros y metodologías como en donde se lleva a cabo, como se lleva a cabo quien la hace y donde ha sido registrada.

TEMAS PRINCIPALES:

Información y Productividad

Uso de la Información en la Administración

Organizaciones como Información

Procesamiento de Información en las organizaciones

Sistemas de Información en las Organizaciones

La información y su aplicación en solución de problemas

La información, su aplicación en la toma de decisiones

La información. Su papel en la Planeación.

* KATZER, JEFFREY, KENNETH H. COOK, WAYNE N. CROUCH. Evaluating information: a Guide for users of Social sciences Research.

* KNIGHT, KENNETH, REUBEN R. MC DANIEL
... - Systems Perspective

UNIVERSIDAD REGIONMONTANA
Estudios de Postgrado

REQUISITO GC-065

Clave GC-075

Nombre REALIZACION PUBLICITARIA

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Llevar a la práctica la realización de una campaña sobre un problema real.

TEMAS PRINCIPALES:

Introducción

Historia y Evolución de la Publicidad

Publicidad como comunicación

Ética y verdad en la publicidad

Respuesta de la audiencia a la persuasión

Actitudes y personalidad

Proceso de decisión de la audiencia

Factores que afectan respuesta

La función de la investigación

Investigación del consumidor

Investigación del producto

Factores motivacionales

Proceso de selección

Conceptualización del mensaje

Elementos visuales

Gráfica y diseño

Producción

Selección de medios

Estrategia de medios

Periódicos y revistas

Radio y Televisión

Correo directo

Otros medios

Planificación del presupuesto

Organizaciones publicitarias

Pruebas publicitarias

Pruebas de opinión y actitud

Regulación publicitaria.

UNIVERSIDAD REGIONMONTANA
Estudios de Postgrado

REQUISITO: GC-060

Clave GC-070

Nombre ESTRATEGIAS DE PROMOCION

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Conocer, investigar y aplicar las diferentes estrategias de que se vale la publicidad para cumplir su cometido.

TEMAS PRINCIPALES:

Desarrollo de plataformas a corto, mediano y largo plazo.

Innovación preventiva y anticipada a los productos.

Aspectos de regulación de la Secretaría de Gobernación.

Canales de distribución dentro de un plan de Mercadotecnia.

Análisis de la competencia.

UNIVERSIDAD REGIONAL MONTANA
Estudios de Postgrado

REQUISITO - 0 - -

Clave GC-115

Nombre

PERIODISMO RADIOFONICO Y TELEVISIVO

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Conocer el manejo de las noticias en función de los recursos y alcances de la Radio y la Televisión.

Realizar noticieros para Radio y Televisión.

TEMAS PRINCIPALES

- Introducción de Periodismo en las Telecomunicaciones
- Modelos de Opinión Pública
- Sistemas Técnicos de producción de Radio y Televisión para elaborar noticieros.
- Técnicas para el procesamiento de información
- El reportaje en televisión
- Noticias y eventos especiales
- El sonido en Radio y Televisión
- La influencia de las nuevas tecnologías (Computadoras, Satélite, Cable, Videotexto) y su influencia en el periodismo radiofónico y televisivo.

UNIVERSIDAD REGIONMONTANA
Estudios de Postgrado

REQUISITO GC-060

Clave GC-105

Nombre SEMIOTICA DE LA PUBLICIDAD

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Analizar el campo específico de la publicidad gráfica (Revistas, Periódicos, Vallas Publicitarias, etc.) con un enfoque psicosocial.

CONTENIDO:

Antecedentes Lingüísticos.

Lógica creativa publicitaria en la comunicación gráfica.

Sociología de la percepción.

Modelos de adopción.

UNIVERSIDAD REGIONMONTANA
Estudios de Postgrado

Clave GC-100

Nombre

REQUISITO GC-040
LABORATORIO DE RECREACION ORGANIZACIONAL

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Conocer y aplicar los diferentes modelos de utilización de las dinámicas de grupos como un recurso para la promoción de una buena salud administrativa.

CONTENIDO:

Típos de Dinámicas.

Teoría sobre la buena salud administrativa.

Análisis de problemas organizacionales a costo módico, a corto y largo plazo.

Liderazgo situacional.

Laboratorio práctico.

UNIVERSIDAD REGIONMONTANA
Estudios de Postgrado

Clave GC-095

Nombre

REQUISITO

0

SEMINARIO DE APRECIACION CINEMATOGRAFICA

Objetivos Generales: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Analizar desde un punto de vista profesional los elementos semióticos más importantes de un filme y ser capaz de plasmarlos en una crítica periodística oral o escrita.

TEMAS PRINCIPALES:

- Historia del Cine
- El Cine actual
- Técnicas de:
 - Dirección
 - Producción
 - Guión
 - Edición
 - Animación
 - Actuación
 - Sonido e iluminación
 - Formato
- Análisis del género "Documental"
- La crítica y el ensayo cinematográfico
- Laboratorio práctico de cine contemporáneo

* ABRUZZESE, ALBERTO - "La Imagen Filmica"

* DUDLEY, Andrew - Las Principales Teorías Cinematográficas.

* ESTETICA DE LA

EXPRESION CINEMATOGRAFICA.