

PROYECTO DE OPCION TERMINAL PARA LAS AREAS
DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

ANTECEDENTES: La Publicidad, siendo una forma de Comunicación, es también una de las herramientas de la Mercadotecnia. Es decir, una campaña publicitaria siempre obedece a objetivos mercadotécnicos que se plantean de acuerdo a las circunstancias, siempre cambiantes, de un mercado específico.

OBJETIVO FINAL: Por ello, el objetivo final será la realización de un Plan de Mercado, en el cual se describan las circunstancias que rodean, en el momento dado, a un producto o servicio, seleccionado por el estudiante. Este producto o servicio puede existir ya en el mercado o en proyecto de ser introducido, pero en cualquier caso, el producto o servicio deberá tener un valor o beneficio social explícito. Adicional al Plan de Mercado se presentará la ejecución de cualquiera de las estrategias incluidas en el mismo: publicidad, de producto, relaciones públicas, etc.

A través de esta opción terminal el alumno deberá demostrar:

- a) sus conocimientos acerca de la Teoría de la Comunicación, aspecto fundamental de la Carrera y del trabajo a desarrollar
- b) su dominio de la Publicidad y Mercadotecnia, área de especialización
- c) su habilidad para detectar problemas de mercado que permitan mejorar el nivel de vida de la sociedad
- d) la correcta utilización de los conocimientos adquiridos, relativos a las disciplinas de la Sociología, Psicología y Estadística, al igual que en técnicas para la investigación de mercado, administración, etc.
- e) su capacidad para tomar decisiones que lleven a resultados de cambio social, capacidad indispensable para cualquier posición que el estudiante pretenda en lo futuro, hacer aportes que mejoren la sociedad en la que vive por medio de su práctica profesional.

En cuanto a la implementación de las estrategias, el estudiante demostrará manejar el arte de la comunicación, haciendo uso de su capacidad de análisis y síntesis, así como de un hábil manejo del lenguaje, con el fin de expresar sus conceptos en una forma breve, clara y directa.

PROCEDIMIENTO DE LA OPCION TERMINAL.

Para cumplir con los requisitos oficiales de registro de opción terminal en Servicios Escolares, será necesario entregar un anteproyecto que cubra los siguientes aspectos:

1.- INTRODUCCION

Tipo de mercado y producto sobre los que se desarrollará el trabajo.

2.- TEMA:

a) Enunciación del problema de mercado específico a resolver.

b) indicación de la estrategia (s) seleccionada (s) que se utilizará para obtener la solución del problema

3.- MARCO CONCEPTUAL

a) Análisis sociológico, psicológico y comunicativo - del problema de mercado propuesto

b) Bibliografía

4.- METODOLOGIA

Se describirán en forma concisa y breve, los elementos del Plan de Mercado indicados a continuación:

A) RELATIVO AL MERCADO

1.- Definición de la categoría a la cual pertenece el producto o servicio seleccionado.

2.- Antecedentes del mercado.

3.- Penetración aproximada de la categoría de producto o servicio, en contra de otras categorías competitivas.

4.- Definición del público consumidor.

5.- Descripción de hábitos de consumo.

6.- Competencia dentro de la misma categoría de productos.

7.- Actividades publicitarias y promocionales importantes que se han llevado a cabo dentro de este grupo de productos.

8.- Distribución, canales, descuentos, condiciones de ventas imperantes.

9.- Situación actual del mercado, valor, tendencia, factores externos afectantes, etc.

NOTA: La información concerniente a cada uno de estos capítulos se basará en datos reales del mercado; cuando se incluyan cifras, se anotará la fuente de donde se obtuvieron.

B) RELATIVO AL PRODUCTO

1.- Características físicas del producto, empaque, distribución, promoción, participación, ventas, etc.

2.- Posicionamiento: concepto, público objetivo, nivel de precio, respaldo de marca, de compañía, publicidad.

3.- Definición de problemas.

4.- Definición de oportunidades.

5.- Objetivos de mercado.

6.- Investigaciones de mercado necesarias para cubrir los objetivos deseados.

7.- Estrategias.

a) de producto (pudiendo referirse a mejoras de las características físicas del producto, del empaque, modificaciones a la marca, etc.)

b) de publicidad

c) de relaciones públicas

d) de mercadeo (distribución, promoción, precio, etc.)

C) EJECUCION

El trabajo a presentar concluirá con la ejecución de cualquiera de las estrategias mencionadas, siempre y cuando esté encaminada a resolver un problema de comunicación del producto a cualquier nivel.

5.- PAUTAS EVALUATIVAS.

Respecto al Plan de Mercado:

a) Se definieron adecuadamente las características del producto y del mercado?

b) En función a estas características, se detectaron con acierto los problemas y oportunidades?

c) Se plantearon objetivos congruentes a la situación del mercado? Es factible su realización? Qué utilidad proporciona la consecución de cada uno?

d) Se señalaron estrategias adecuadas para el logro de los objetivos propuestos?

El costo que representa la ejecución de cada estrategia va en función a la uti-

lidad obtenida?

En cuanto a la ejecución de la estrategia:

a) Se seleccionó el nivel de comunicación conveniente?

b) Corresponde esta ejecución a la solución del problema de comunicación indicado?

Solucionará este problema en forma efectiva?

c) El lenguaje utilizado concuerda con el del receptor definido? Podrá ser entendido, creído y aceptado por este receptor?

d) La forma es atractiva?

dic los subsistemas eran: 1) TV 2) CINE 3) PERIODISMO
 4) INVESTIGACIÓN EVALUATIVA 5) RADIO 6) PUBLICIDAD y
 RELACIONES PÚBLICAS. Para ese año se había logrado ya
 UN EQUILIBRIO ENTRE LAS MATERIAS FILOSÓFICAS y
 LAS SOCIOECONÓMICAS AL TIEMPO QUE SE INTEGRAN
 TRES CURSOS DE TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN.

EN 1942, LA PARROCA CUENTA YA CON
 CINCO CURSOS OBLIGATORIOS DE TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN
 APARTE DE TEORÍA DEL PERIODISMO, DE LA TV, ESTÉTICA DEL
 CINE, TEORÍA DE LA RADIO, LO QUE IMPLICA UN
 MAYOR ACERCAMIENTO AL CAMPO PROPIO DE LA COMUNICACIÓN.
 EN 1945 SE CREA LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
 Y DESARROLLO

A partir de 1982, se crean 2 NUEVOS
 SUBSISTEMAS: - POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN
 - INVESTIGACIÓN PARTICIPATIVA y SEMIÓTICA

EL CAMBIO DE ESCUELA A DEPARTAMENTO, OPERADO EN
 1972, SIGNIFICA UN CAMBIO EN LA ORGANIZACIÓN DEL
 CURRÍCULO, QUE AHORA, QUEDA INTEGRADO ASÍ:

A) ÁREA BÁSICA : CURSOS FUNDAMENTALES
 DE TEORÍA SOCIOLOGICA
 Y DEL CONOCIMIENTO ASÍ
 COMO DE LINGÜÍSTICA.

B) ÁREA MAYOR : CURSOS DE TEORÍAS DE
 LA COMUNICACIÓN; TEORÍAS DE CADA UNO DE LOS MEDIOS;
 Y DISCURSOS LITERARIOS; FILOSOFÍA DEL HOMBRE; FILOSOFÍA
 SOCIAL; FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN; INVESTIGACIÓN I y
 INVESTIGACIÓN II

C) ÁREAS ESPECIFICANTES: SELECCIÓN DE UN
 SUBSISTEMA.

III. RECURSOS HUMANOS

023 Número total de profesores de la Facultad: 18 de TIEMPO COMPLETO Y MENOS TIEMPO

024 Tipo de formación de los docentes (señale el número de docentes para cada una de las categorías):

- Abreviaturas
- C. Comunicador ¹⁷ (Licenciatura) (Maestría)
 - S. Sociólogo ³ (Maestría)
 - Ps. Psicólogo
 - L. Literato (Maestría) (Licenciatura)
 - F. Filósofo (Maestría)
 - Li. Linguista (Doctorado)
 - P. Periodista
 - Rp. Relacionista
 - Pu. Publicista
 - R. Especialista en Radio ¹
 - T.V. Especialista en T.V. ²
 - Ci. Especialista en Cine ²
 - A. Especialista en Audiovisuales. ¹
 - O. Otros

NOTA: 17 PROFESORES TIEMPO LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN; ALGUNAS MAESTRÍAS DE ESPECIALIDADES EN OTRAS DISCIPLINAS

Tipo de formación / Nivel de formación	C	S	Ps	L	F	Li	Rp	Pu	R	T.V.	Ci	A	P	O
Doctorado (P.H.D.)						1								
Maestría (Maestrado o Magister)		3			1									
Licenciatura (Bachillerato)	17			1										
Otros (Cuáles)														
Especialidades									2		2	1	1	
Diplomados														

025 Dedicación de los docentes, puede ser en horas de clase o de investigación (señale el número de docentes):

- Docentes que trabajan en su Facultad 8 horas diarias: 10
- 6 horas diarias: 8
- 4 horas diarias: 8
- 2 horas diarias:
- Menos de 2 horas diarias:

IV. RECURSOS FISICOS

026 Su Facultad dispone de Biblioteca General?

SI X NO

MEDIOS	EQUIPOS	DEPENDEN DE	
		LA FACULTAD	OTRA DEPENDENCIA DE LA UNIVERSIDAD
Audiovisuales	Proyector diapositivas	X	
	Sincronizador	X	
	Disolver	X	
	Sala de proyecciones.	X	
Radio	Emisora A.M.		
	Emisora F.M.		
	Estudio de Grabación	X	
	Grabadoras portátiles.	X	
Especifique la potencia en KW de su emisora(s):			
Cine	Cámaras 35 mm		
	Cámaras 16 mm.	X	
	Cámaras 8 mm.	X	
	(Super 8).		
Otros Equipos	Editora	X	
	Empalmadora		
	Sala de proyecciones.	X	
	Proyector 35 mm.		
	Proyector 16 mm.	X	
	Proyector 8 mm.	X	
	(Super 8)		
Iluminación	X		

V. PLAN DE ESTUDIOS

031 El siguiente cuadro debe ser llenado teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

- a. Escriba las asignaturas que se dictan durante toda la carrera.
- b. Al lado de cada una, mencione el número de horas de clase semanal, incluyendo tanto las clases teóricas como las prácticas (laboratorios, talleres, etc.).
- c. Si el plan de estudios posee alguna división de orden temático, señálelo con líneas horizontales que separen los grupos (ejemplo: Area de Cultura General, Area de Investigación, Area de Expresión, etc.).
- d. Anote mínimo tres textos que preferentemente se exijan como lecturas en cada asignatura (título y autor).

038 Mencione tres profesores de su Facultad que podrían escribir un libro o texto sobre comunicación:

Profesor	Tema
ALBERTO ALMEIDA	Psicología de la Comunicación
MARTA ALUCEA y JESÚS GACINDO	ANÁLISIS DEL DISCURSO
FRANCISCO PRIETO	COMUNICACIÓN Y LITERATURA

039 Existen actualmente en su Facultad estudios realizados por investigadores en comunicación que pudieran ser publicados?

SI NO

Si su respuesta es afirmativa mencione el tema y Autor.

Tema	Autor
ANÁLISIS de los discursos de TV comercial privada sobre los distintos sectores sociales	Marta Alucea
estructuras de participación política en sectores populares mexicanos	Parul Casares
Determinación de los formatos discursivos en los procesos de enunciación escrita	Jurefina Vilar

La información que usted nos brinde
será de gran utilidad para
FELAFACS

Agradecemos su colaboración

Libros: Antonio Paoli: Comunicación e Información (Trillas)
Javier Mier: Periodismo Interpretativo (Trillas)
Francisco Prieto: Cultura y Comunicación (Prentice)
Antonio Paoli: Teoría de la Comunicación Política (Prentice)

Periódico: Luis Javier Mier: Colaborador de UNOMASUNO
Francisco Prieto: " " " y de la
Revista

Cartillas: _____

Manuales: Hay un manual: "La TV y los niños", realizado
por Marta Alejo y publicado por CONAPO (Consejo
Nacional de Población).

Otros: _____



SIMPOSIO NACIONAL DE LA COMUNICACION

"La experiencia de América Latina frente a la experiencia de Estados Unidos"

PROGRAMA

CCC
AI
0164

Lunes 3 de Abril COMUNICACION Y POLITICA

- 9:00 - 9:30 Inauguración
9:30 - 10:50 Exposición del Dr. Lucien Pye
11:00 - 12:20 Exposición de la Lic. Mabel Piccini
DESCANSO
12:40 - 14:00 Sesión de preguntas y respuestas con ambos especialistas

Martes 4 de Abril: COMUNICACION MASIVA

- 9:00 - 10:20 Exposición del Dr. Melvin DeFleur
10:30 - 11:50 Exposición del Dr. Antonio de Pasquali
DESCANSO
12:10 - 13:30 Sesión de preguntas y respuestas con ambos especialistas

Miércoles 5 de Abril: PERSPECTIVA GENERAL DE LA DISCIPLINA

- 9:00 - 10:20 Exposición del Dr. Alfred Smith
10:30 - 11:50 Exposición del Dr. Rubén Jara
DESCANSO
12:10 - 13:30 Sesión de preguntas y respuestas con ambos especialistas

Lugar: Unidad de Congresos del Centro Médico Nacional del I.M.S.S.

Dr. Lucien Pye (Instituto Tecnológico de Massachusetts)
Dr. Alfred Smith (Universidad de Texas, Austin)
Dr. Melvin DeFleur (Universidad de Nuevo México)

Lic. Mabel Piccini (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales - FLACSO)
Dr. Antonio de Pasquali (Universidad Central de Venezuela)
Dr. Rubén Jara (Universidad Iberoamericana)

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
Departamento de Comunicación

Para mayor información llamar al:
549-35-00 Ext. 128

Av. Cerro de las Torres 395 México, D.F.



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

México, D.F. 17/III/78

LIC. SALVADOR MARTINEZ.

INSTITUTO TECNOLOGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE (I.T.E.S.O.)

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

AV. NIÑOS HEROES # 1342-8

GUADALAJARA, JAL.

PRESENTE.

Estimado Director:

Por medio de la presente nos es grato invitarle(s) al III Simposio Nacional de la Comunicación que se llevará a cabo en esta ciudad los días 3,4,5 de Abril de 1978, en el Centro de Convenciones del Centro Médico.

Esta reunión tiene por objeto confrontar dos experiencias comunicativas:

La Latinoamericana y la Norteamericana tanto en el plano teórico como metodológico. Para ello contaremos con la presencia de personalidades muy reconocidas en este campo; tales como el Dr. Alfred Smith, Dr. Melvin De Fleur, Dr. Lucien Pye, Profs. Mabel Piccini, Dr. Antonio De Pasqueli y Dr. José Rubén Jara.

Las ponencias se harán en 3 áreas principales:

- 1.- Comunicación y Política
- 2.- Medios Masivos de Comunicación
- 3.- Una perspectiva general (y actualizada) de la disciplina de la comunicación.

En vistas a una mejor organización del evento y mayor atención a todas aquellas personas que participen en éste, le rogamos - que se sirva confirmar su asistencia a la brevedad posible.

Le pedimos también que nos ayude a difundir entre los maestros y estudiantes de su institución este Simposio, pues consideramos que dada la importancia del mismo puede interesarles grandemente.

Con esta carta enviamos a usted invitación y boleto -- sin costo alguno, ya que es de importancia, para nosotros contar con su presencia.



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

Dada la premura del tiempo y para facilitar nuestra labor, le pedimos que se comuniqué al 549-35-00 ext. 128 con el -- Lic. José Cárdenas o a la ext. 155 con el Lic. Abraham Nosnik.

Agradeciendo de antemano su atención a lo presente y esperando sus noticias lo antes posible, me despido con un saludo cordial.

Atentamente

Lic. Abraham Nosnik O.

Coordinador General del Evento

P.D. Adjunta encontrará toda la información relevante a este evento.

Noviembre 18 de 1977.

DR. RUBEN JARA
Universidad Iberoamericana
P r e s e n t e .

Estimado Rubén:

Como me comprometí y con tres días de retraso, aprovecho la presencia de Paco Prieto en esta ciudad para enviarte el material de investigaciones que "dignamente" hemos realizado en el ITESO.

Algunos de los maestros están preparando algo - para el asunto del libro, pero como comprenderás, a final de semestre es un poco difícil; cuando esté listo te los envío.

Muchos saludos a todos los iberos

Con aprecio

CRISTINA ROMO DE ROSILL

FEDERACION LATINOAMERICANA DE ASOCIACIONES DE FACULTADES DE
COMUNICACION SOCIAL

INFORMACION BASICA SOBRE LAS FACULTADES

País MEXICO

Ciudad DE MEXICO

Nombre de la Institución (universidad, Instituto Superior, etc.)
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Nombre de la Facultad (Escuela, departamento, carrera, etc.)
DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

Domicilio AV. CERRO DE LAS TORRES 393 MEXICO D.F.

Tel 549-3502

Nombre del decano (Director, coordinador, responsable)
~~DR. FERNANDO MORETT~~ MTRO FRANCISCO PRIETO - DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO

Título que otorga la facultad
LICENCIADO EN COMUNICACION - MAESTRO EN COMUNICACION

Año de Fundación
1960 (Febrero)

Escolaridad previa para ingreso
PREPARATORIA

Número de alumnos inscritos en 1982 792 Número de egresados desde su
fundación 1000 (aprox).

-¿Tiene cursos de posgrado?

Maestría	(<input checked="" type="checkbox"/>)	temporales	()
doctorado	()	permanentes	(<input checked="" type="checkbox"/>)
no	()		

-¿A qué Asociaciones nacionales e internacionales pertenece su facultad?
CONEICC

Favor de anexar el plan de estudios y cualquier otro material con información sobre su facultad.

Univ. Ibero

Marzo 26 de 1979.

MTRO. XAVIER MARTINEZ
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
Cerro de las Torres 395
México 21, D. F.

Muy estimado Xavier:

Hace unos días me comuniqué telefónicamente a la Ibero para hacerte una proposición, no te encontré y hablé -- con Rubén Jara; espero que te haya dado el recado. De cualquier manera ahora te lo pongo por escrito.

Con mucho gusto ponemos a tus órdenes los laboratorios de televisión, radio, fotografía, cine y audiovisuales para los trabajos de clase.

Yo se que no es fácil aceptar nuestro ofrecimiento porque nos separan más de 700 kilómetros. Pero si algunos alumnos están dispuestos a recuperar tiempo en vacaciones, -- bien sea en abril o en junio y julio, con mucho gusto podemos facilitarles los laboratorios.

De cualquier manera confiamos en que muy pronto se volverá a reunir la comunidad universitaria y la Ibero se reconstruirá.

Estamos a tus órdenes y si hay alguna otra cosa en la que podamos colaborar gustosos lo haremos.

Muy cordialmente,


LIC. CRISTINA RÓMO DE ROSELL,
Directora.

FEDERACION LATINOAMERICANA DE ASOCIACIONES DE FACULTADES DE
COMUNICACION SOCIAL

INFORMACION BASICA SOBRE LAS FACULTADES

País MEXICO

Ciudad DE MEXICO

Nombre de la Institución (universidad, Instituto Superior, etc.)
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Nombre de la Facultad (Escuela, departamento, carrera, etc.)
DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

Domicilio AV. CERRO DE LAS TORRES 393 MEXICO D.F.
Tel 549-3502

Nombre del decano (Director, coordinador, responsable)
MTRO FRANCISCO PRIETO
DR. FERNANDO MORETT - DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO

Título que otorga la facultad
LICENCIADO EN COMUNICACION - MAESTRO EN COMUNICACION

Año de Fundación
1960 (Febrero)

Escolaridad previa para ingreso
PREPARATORIA

Número de alumnos inscritos en 1982 792 Número de egresados desde su
fundación 1000 (aprox).

-¿Tiene cursos de posgrado?

Maestría	(<input checked="" type="checkbox"/>)	temporales	()
doctorado	()	permanentes	(<input checked="" type="checkbox"/>)
no	()		

-¿A qué Asociaciones nacionales e internacionales pertenece su facultad?
CONEICC

Favor de anexar el plan de estudios y cualquier otro material con-
información sobre su facultad.

México, 30 de Septiembre 1982

INFORMACION BASICA SOBRE FACULTADES LATINOAMERICANAS
DE COMUNICACION SOCIAL

Nombre de la Facultad. Universidad Iberoamericana, Depto. de Comunicacion

Nombre del responsable (decano, director, coordinador...) Director
Mtro. Francisco Prieto

Historia: Fecha de fundación 1960

Cambios significativos 1976 inicio de Maestría en Comunicación
1982 Reformulación de programas: enfoque hacia
el desarrollo (en maestría).

Objetivos: Formar profesionales de la comunicación con un conocimiento
de la realidad social, con creatividad, con capacidad de trans-
formación y compromiso social.

Áreas de especialización o énfasis: Investigación de la comunicación, pe-
riodismo, televisión, cine, radio, maestría en comunica-
ción y desarrollo.

Título que otorga: Licenciado en comunicación

Duración de la carrera: Un promedio de 8 semestres.

Número de profesores y dedicación (tiempo completo, tiempo parcial)

U 1A

CCC
AI
0164

I. OBJETIVO GENERAL DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACION.

Promoción del estudio, la investigación, el análisis crítico y la socialización del conocimiento, centrada en el papel que juegan los procesos de comunicación humana en el desarrollo integral del hombre, de la sociedad mexicana y de la comunidad latinoamericana. Se pretende encontrar formas de aprovechar las posibilidades existentes y ofrecer alternativas al uso de proyectos, medios e instrumentos de comunicación social, acordes con las necesidades de la sociedad en su conjunto.

II. OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACION.

El Departamento de Comunicación buscará la formación de profesionales de la Comunicación preparados, comprometidos, -- abiertos y capacitados.

1. Preparados para: Comprender y analizar la realidad social, política y económica de México y de América Latina, así como el papel de los medios de comunicación social en esa realidad.
2. Comprometidos para: Plantear las limitaciones y las posibilidades reales de transformación y de cambio personal y social, acordes con la realidad analizada y con--

gruentes con claros principios humanistas y de justicia

3. Abiertos para: Hacer planteamientos multidisciplinarios que le permitan tener una visión de conjunto de los objetos de estudio del área de la comunicación, integrados a la totalidad social.
4. Capacitados para: Hacer uso, crítico profesional y creativo de los medios e instrumentos de comunicación.

III. AREAS DE TRABAJO.

1. Docencia. El Departamento de Comunicación se propone la formación de profesionales de la comunicación comprometidos críticamente con la realidad de México y América Latina, con un alto nivel de rigor académico, integridad personal y autocrítica. Se concibe a la docencia como una transformación social y material del conocimiento, del hombre y de la realidad: 1) por la construcción del conocimiento, que implica la actitud crítica que transforma al conocimiento anterior, 2) por la mejor comprensión de la realidad, que implica la adquisición de valores y actitudes nuevos, 3) por la aplicación de los conocimientos adquiridos personal y colectivamente, a partir de y en estricta relación con esa realidad. En suma, el ser humano, las ciencias y técnicas, y la realidad social y material, se perciben como objetos de transformación en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

2. Investigación. El Departamento de Comunicación busca - la construcción de conocimientos para lo cual se requiere la continua redefinición de una práctica integral, que considera la producción del conocimiento, su distribución y el uso que de él se hace.

3. Difusión de la Cultura. El Departamento de Comunicación entiende su papel en este campo como una práctica transformadora de socialización del saber científico. Se realiza mediante la prestación de servicios a la misma universidad y a la sociedad y a través de la promoción del diálogo y la discusión abiertos.
 - A. La prestación de servicios implica un análisis de necesidades concretas en función de que sean satisfe- - chas. Sólo así, el departamento estará realmente - - abierto al medio social, político y económico en el que se encuentra inmerso. Se trata de romper con la idea de que el ámbito universitario sólo es la instan- - cia donde se gesta el saber de lo social, y que luego se aplican fuera los resultados de la especulación. - El proceso de socialización del conocimiento es, a su vez, parte indispensable del proceso de su construc- - ción, por lo que la investigación y la difusión de la cultura son, de hecho, elementos del mismo proceso.

- B. El diálogo permanente con distintas concepciones - teóricas y prácticas se fomentará a través de foros abiertos. Es necesario el establecimiento de relaciones académicas con otras instituciones y la promoción de y participación en eventos que fomenten - este diálogo.

IV. OBJETIVOS DE LA MAESTRIA EN COMUNICACION Y DESARROLLO.

1. Investigación. Formar investigadores con un alto nivel de rigor académico que:
 - A. Contribuyan al conocimiento del papel que juegan la comunicación y los medios e instrumentos de que se sirve.
 - B. Busquen la forma de aprovechar al máximo sus posibilidades existentes, y
 - C. Generen alternativas de comunicación más acordes con las necesidades sociales.
2. Asesoría. Preparar planificadores con una visión interdisciplinaria de los problemas sociales y, al mismo tiempo como expertos en comunicación social, que puedan participar eficazmente en equipos y proyectos interdisciplinarios, así como en instituciones de servicio público, aportando la perspectiva de la comunicación social, para contribuir a:

- A. Integrar los conocimientos, los análisis de la realidad y la práctica social.
 - B. Elaborar políticas y estrategias de desarrollo y comunicación que coadyuven a la solución de problemas generales o específicos, a nivel macro o microsocial.
 - C. Elaborar planes institucionales, regionales o nacionales de comunicación que contribuyan realistamente a la solución de dichos problemas.
3. Ejecución. Capacitar profesionales, con una visión clara de la complejidad de los problemas de la sociedad, - para:
- A. Generar, supervisar y ejecutar proyectos específicos de comunicación social, así como evaluar sus resultados e impacto social.
 - B. Utilizar profesionalmente medios de comunicación social para la transmisión de contenidos, en función de un desarrollo integral de toda la sociedad
4. Docencia. Formar docentes que contribuyan al progreso del conocimiento científico, al desarrollo del trabajo profesional de los procesos de la comunicación y a la - elevación de los niveles académicos de la educación superior en áreas de Comunicación.

Se entiende la labor docente como una dinámica que relaciona la investigación y el trabajo profesional con el proceso de enseñanza-aprendizaje; al trabajo universitario con la práctica social; y así mismo, el desarrollo personal con el desarrollo de la comunidad humana.

V. PLAN GENERAL DE LA MAESTRIA.

El plan general de la Maestría está basado en la combinación de:

1. Sesiones de discusión teórica con análisis de situaciones concretas.
2. Prácticas para la aplicación de los conocimientos adquiridos, tanto en investigación como en comunicación, de acuerdo con la especialidad elegida por el alumno.
3. Participación en actividades académicas, curriculares o extra-curriculares, que:
 - contribuyan a la difusión del conocimiento adquirido.
 - impliquen la prestación de servicios a la comunidad, mediante aportación de los conocimientos adquiridos y el conocimiento aprendizaje de la realidad.

VI . ASESORIA ACADEMICA.

El Departamento de Comunicación designará un Asesor Académico de entre los profesores de tiempo del Departamento, cuyas funciones serán:

1. Orientar al estudiante sobre requisitos y procedimientos académicos del Programa, sobre la organización general de la Universidad y las facilidades que ofrece para un desarrollo personal, académico y profesional.
2. Asesorar al estudiante para la elaboración de su Programa Personal de Maestría en su elección de especialidad, así como asesorar y sancionar la elección de materias optativas.
3. Orientar al estudiante en la elaboración de su anteproyecto de tesis y en la elección del asesor de tesis más adecuado con su anteproyecto y sus intereses.

VII. ORGANIZACION DE LA MAESTRIA.

El programa consta de cuatro bloques fundamentales y un total de 100 créditos:

- a) Seminarios comunes obligatorios (40 créditos)
- b) Materia obligatoria de especialidad (4 créditos).
- c) Materias optativas (36 créditos).
- d) Opción Terminal (20 créditos).

Materias Comunes Obligatorias (4 créditos c/u, 40 créditos)	Teoría Sociológica Seminario de Investigación I Proyectos de desarrollo y Estrategias de Comunicación: Una Perspectiva Interdisciplinaria La Comunicación en el Pensamiento Contemporáneo. Comunicación Social y Desarrollo Cultural. Seminario de Investigación II Seminario de Investigación III Análisis de los Medios de Comunicación en México Práctica de Campo
Materias de especialidad (a elegir una; 4 créditos cada una)	Comunicación y Sociedad Comunicación y Política. Comunicación y Educación.
Materias Optativas. (36 créditos en total mínimo 20 créditos fuera del Departamento) Ejemplos :	Ciencias Sociales, Comunicación y Conocimiento. Elaboración de Políticas de Comunicación para el Desarrollo. Evaluación de Programas de Comunicación para el Desarrollo. Taller de Comunicación Alternativa. Taller de Comunicación Educativa. Taller de Comunicación Política. Comunicación y Culturas Dominantes. Comunicación y Culturas Subalternas. Comunicación en las Organizaciones. Comunicación en Organizaciones Sociales.
Opción Terminal: Tesis (20 créditos)	

Todos los estudiantes deben cursar los seminarios comunes obligatorios. Al terminar el segundo semestre el estudiante podrá elegir una de las siguientes especialidades que ofrece la Maestría:

- a) Comunicación y sociedad: Centrará su objeto de estudio en las relaciones existentes entre la comunicación y los grupos sociales, cómo estos se expresan mediante la comunicación y cómo ésta les influye; y, en las manifestaciones culturales como expresiones ideológicas de los diversos sectores sociales.
- b) Comunicación y Política: Estudio de las relaciones entre la comunicación social, el Estado y organizaciones político-sociales -partidos políticos, asociaciones, sindicatos, etc.- Análisis del discurso político. Elaboración de estrategias y políticas de comunicación social, desde la perspectiva del Estado. Necesidad y perspectivas de una comunicación alternativa.
- c) Comunicación y Educación: Análisis de las relaciones

nes existentes entre la comunicación social y los procesos educativos; y, entre el Sistema Educativo nacional y la función social de los medios de comunicación. Posibilidades y limitaciones de éstos para apoyar los procesos educativos.

A través de la opción terminal, de la materia obligatoria de especialidad y de la elección de materias optativas, las tres en función del área de especialidad elegida, el estudiante se capacitará en esa área, y en este sentido se le reconocerá la especialización.

A. Seminarios Comunes Obligatorios.

Los estudiantes deben iniciar sus estudios concretándose en seminarios teóricos generales cuya finalidad es que tengan una visión global de la comunicación y sus interrelaciones con distintas dimensiones de la sociedad y que estén preparados para un mejor aprovechamiento de la especialidad que elijan posteriormente. Los estudiantes deberán aprobar por lo menos tres (3) seminarios comunes obligatorios antes de iniciar la materia obligatoria de especialidad o las materias optativas.

Los seminarios Comunes obligatorios son:

1. Teoría Sociológica (4 créditos).

Análisis de las tesis y los conceptos fundamentales de los tres clásicos de la Sociología:
Karl Marx, Max Weber y Emile Durkheim como base de las tendencias actuales de la Sociología.

2. Seminario de Investigación I (4 créditos).

Análisis del proceso de reflexión metodológica en la investigación social y sus relaciones con la teoría y las técnicas. La investigación como proceso de construcción del conocimiento científico y sus relaciones con la realidad social. Análisis de las corrientes de investigación más importantes -positivismo, empirismo, estructural funcionalismo, estructuralismo, marxismo- y sus concepciones metodológicas.

3. Proyectos de Desarrollo y Estrategias de Comunicación (4 créditos).

Análisis de las distintas concepciones del desarrollo económico y del papel que de acuerdo con estas concepciones, juegan los medios de comunicación social en los procesos de desarrollo; antecedentes teóricos y sociohistóricos, y, posibilidades explicativas para el análisis de los medios de comunicación social en México y América Latina.

4. Comunicación: una perspectiva interdisciplinaria (4 créditos).

Reflexión crítica sobre el origen, desarrollo y consecuencias de un acto comunicativo cualquiera,

a partir de las aportaciones del psicoanálisis y la lingüística a la investigación social y buscando sus correlaciones con los planteamientos de otras ciencias sociales.

5. La Comunicación en el Pensamiento Contemporáneo (4 créditos).

Las relaciones existentes en la sociedad y el papel que juega la comunicación en ellas son analizadas a partir de la perspectiva filosófica, con especial énfasis en la problemática del poder y la comunicación.

6. Comunicación Social y Desarrollo Cultural(4 créditos)

Análisis crítico de distintos conceptos de cultura -cultura de masas, cultura formal, cultura popular, etc.- de los elementos que componen la cultura dominante y la definición de la "cultura nacional" y, finalmente de las culturas subalternas. Todo bajo la óptica de la manifestación de las culturas en los procesos de comunicación.

7. Análisis de los Medios de Comunicación en México. (4 créditos).

A partir de un diagnóstico de la problemática so

cial, política y económica de nuestro país y de su ubicación en el contexto internacional, se estudiará el papel que juegan los medios de comunicación social en relación con esta problemática. Se dará especial énfasis a los debates en torno a el derecho a la información, el papel educativo -o des-educativo- que juegan los medios y la función social de la comunicación masiva.

8. Seminario de Investigación II (Flexible) (4 créditos).

Una vez definido el proyecto de tesis, los estudiantes podrán profundizar en los elementos epistemológicos teóricos, metodológicos y técnicos relevantes para la realización de sus proyectos.

9. Seminario de Investigación III (Flexible) (4 créditos).

Año con año se definirá el contenido de este seminario en función de problemas específicos que los estudiantes encuentren en el desarrollo de sus investigaciones.

10. Práctica de Campo (Flexible) (4 créditos).

Busca complementar la formación del estudiante por medio de la observación en el terreno de los problemas. Implica la aplicación de los conocimientos adquiridos a través de los seminarios y la utilización de instrumentos de investigación para clarificar los problemas; o bien la evaluación de experiencias, estrategias y políticas específicas en áreas concretas.

B. Materias Obligatorias de Especialidad (a elegir una).

1. Comunicación y sociedad (4 créditos).

Aportaciones de las escuelas sociológicas más importantes al conocimiento de la comunicación social. Se pondrá especial énfasis en analizar las manifestaciones de los distintos grupos sociales a través de la comunicación.

2. Comunicación y Política (4 créditos)

Estudio de las distintas concepciones de la relación entre los procesos políticos y de comunicación. Análisis de la comunicación política y la comunicación como instrumento de apoyo para el desarrollo social.

3. Comunicación y Educación (4 créditos)

La educación y la comunicación colectiva como procesos complementarios y su concepción como elementos de socialización, instrumentos para la modernización y aparatos de hegemonía. Posibilidades y limitaciones de alternativas educativas y de comunicación.

C. Materias Optativas:

El estudiante deberá, de acuerdo con el asesor académico y cubriendo los requisitos que para el efecto establezca el Consejo Técnico del Departamento de Comunicación, cubrir un mínimo de 20 créditos y un máximo de 32 créditos, por medio de cursos o seminarios equivalentes académicamente, impartidos por otros departamentos de esta universidad o por otras universidades. Asimismo, el Departamento de Comunicación ofrecerá cursos y seminarios optativos, dependiendo de los intereses académicos de los estudiantes y de las investigaciones en proceso en el Departamento.

D. Opción terminal:

A más tardar al término del segundo semestre el estudiante deberá presentar un anteproyecto de tesis y elegirá consecuentemente el área de especialización más acorde con su anteproyecto. El anteproyecto deberá estar aprobado por un asesor académico y deberá incluir: lineamientos generales de carácter teórico, determinación del tema o problema a investigar, justificación del tema o problema elegido y especificación de las técnicas e instrumentos relevantes para realizar el anteproyecto. Esto es un prerrequisito para su incorporación al Seminario de Investigación II.

Una vez que el estudiante haya cumplido con créditos requeridos mediante cursos y seminarios obligatorios comunes, de especialidad y optativos, tendrá un año de plazo para presentar su tesis. En casos excepcionales, que corresponderá calificar a la Comisión de Posgrado del Departamento de Comunicación (CM), se podrá conceder una ampliación del plazo por un período de seis meses. Si las condiciones que imposibilitaron la terminación de la tesis subsistiera, la CM podrá conceder un nuevo plazo.

El límite máximo de estas ampliaciones no podrá rebasar el establecido por la UIA para la terminación de programas de Maestría.

La tesis deberá realizarse dentro del área de especialización elegida por el estudiante y deberá incluir un trabajo de investigación, sobre la base de datos primarios o secundarios.

La CM podrá autorizar la realización de tesis puramente teóricas, de divulgación o sobre temas que no se incluyen estrictamente dentro de las áreas de especialidad del programa. Esta autorización sólo procederá cuando el desempeño del estudiante alcance un promedio de "9" y los antecedentes profesionales del estudiante acrediten su capacidad para realizar el tipo de opción terminal que elija a un nivel de excelencia profesional.

VIII. Requisitos de desempeño académico: Para obtener el grado de Maestría los estudiantes deberán.

1. Cumplir el plan general de la Maestría.
2. Obtener un promedio mínimo de 8 en los cursos y seminarios en que participe.
3. Presentación y defensa, ante un jurado designado por el Departamento de Comunicación, de su Opción Terminal.

El estudiante que obtenga NA en cualquiera de los cursos o seminarios en que participe sólo podrá continuar en el programa, previa autorización de la CM. En el caso de que el estudiante fuere calificado con NA en dos o más materias tendrá que abandonar el Programa. En el caso de que hubiere circunstancias especiales que afectaran su rendimiento académico, deberá presentar su caso ante la CM; la cual, previo estudio del caso, podrá autorizar su reincorporación a la Maestría una vez que cambien dichas circunstancias especiales.

El estudiante que solicite reingreso a la Maestría, deberá sujetarse a los reglamentos vigentes cuando haga esta solicitud.

IX. Prerrequisitos Académicos.

El programa de Maestría en Comunicación está abierto a todos aquellos profesionales que deseen superar sus niveles de rendimiento académico, mediante una capacitación intensiva en las áreas de especialización que ofrece la Maestría. Por lo anterior se han establecido prerrequisitos académicos a aquellos candidatos que provengan de carreras distintas a la de Comunicación y a los de las Ciencias Sociales. La finalidad de estos prerrequisitos es nivelar la formación de estos estudiantes para que puedan obtener el mayor provecho del Programa de

Maestría en Comunicación.

Los prerrequisitos para egresados de carreras distintas a Comunicación son:

Teoría de la Comunicación

Taller de Medios

El prerrequisito para candidatos egresados de carreras distintas de las Ciencias Sociales será:

Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales.

Los candidatos que lo deseen podrán salvar los prerrequisitos de Teorías de la Comunicación y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales si comprueban tener los conocimientos mínimos indispensables; para tal efecto, a solicitud del interesado el Departamento aplicará una - evaluación previa al período de inscripción.

El Comité de Admisión, después de que el Coordinador de la Maestría informe sobre su entrevista personal con el candidato y habiendo examinado su expediente, determinará si el candidato deberá cursar total o parcialmente los prerrequisitos.

Por último, es imprescindible para todos los candidatos como prerrequisito el dominio (lectura y comprensión)

del inglés o francés. Para que se cubra con este prerrequisito todos los candidatos deberán certificar en un lapso no mayor de dos meses el dominio de la lengua extranjera, mediante un examen en el Centro de Lenguas de la UIA o mediante la presentación de documentos que, a juicio del Comité de Admisión lo certifiquen. En caso de no hacerlo el estudiante deberá iniciar un curso correspondiente, para poder inscribirse al segundo semestre. Es requisito para inscribirse en el cuarto semestre el haber certificado el dominio de la lengua extranjera.

X. Requisitos de Admisión.

Podrán ser admitidos a la Maestría en Comunicación los candidatos que:

A) Posean una licenciatura universitaria o su equivalente.

Aquellos candidatos que hayan cursado y aprobado los cursos requeridos para la obtención de su licenciatura, pero que no hayan recibido su título, se les concederá un plazo de un año para la obtención del grado, a partir de su primera inscripción a cursos de posgrado.

B) Cubran los prerrequisitos académicos (Ver punto IX).

La Comisión de Maestría se reserva el derecho de admitir a los can

didatos teniendo en cuenta las características personales, de experiencia y académicas en cada caso. Asimismo, evaluará periódicamente a cada uno de los candidatos y determinará si puede ser admitido a proseguir sus estudios, después de escuchar la opinión del Asesor Académico del candidato.

PROCEDIMIENTOS DE ADMISION

A) Solicitud de Admisión.

Los interesados en presentar su solicitud de admisión a la Maestría en Comunicación y Desarrollo de la UIA deberán entregar la siguiente documentación en la Coordinación de la Maestría:

- a) Solicitud de admisión. La forma de solicitud correspondiente puede ser obtenida en el Departamento de Comunicación de la UIA y una vez llenada deberá ser entregada con el resto de la documentación en el mismo Departamento.
- b) Fotocopia del Título o Acta de Examen Profesional, o bien carta de Pasante para los que no han obtenido el título.
- c) Certificado completo de estudios de Licenciatura.
- d) Declaración de objetivos académicos y expectativas profesionales. Este documento deberá incluir la siguiente información:

- Las razones por las cuales se ha interesado en el estudio de la Maestría en Comunicación.
- Lo que espera poder encontrar al estudiar la Maestría (sus expectativas académicas).
- Las actividades profesionales que piensa desarrollar en su futuro, y cómo piensa aplicar los conocimientos que adquiriera en la Maestría a dichas actividades.

Se considerará especialmente esta declaración al estudiar la solicitud.

- e) Tres cartas de recomendación. El solicitante deberá obtener tres cartas de recomendación de profesores y (en caso de tener experiencia profesional) de empleadores, capaces de juzgar sus logros como estudiante y como profesionista.

Dichas cartas deberán incluir información relevante acerca de:

- Tiempo de conocer al solicitante.
- Capacidad académica/profesional (dedicación, habilidad crítica, capacidad intelectual, etc.)
- Actitud y motivación para el estudio y el trabajo.
- Cualidades personales relevantes al trabajo académico o profesional.
- Estimación de posibilidades de éxito en estudios de posgrado.
- Nivel de conocimientos y cultura general del solicitante.
- Nombre de la institución donde trabaja el firmante de la carta y puesto que ocupa.

Además de estos documentos indispensables, se recomienda a los solicitantes adjuntar una copia de alguna publicación o trabajo importante realizado recientemente (p.e. tesis profesional, ponencias, conferencias, etc.)

Asimismo, el solicitante deberá seguir los trámites establecidos por la Universidad (Ver folleto "Instructivo para Primer Ingreso - Posgrado").

B. Entrevistas.

Una vez entregada esta documentación, el solicitante concertará una cita para entrevistarse con el coordinador de Estudios de Posgrado en la que se discutirá la información antes presentada.

C. Aceptación de Candidatos.

En las fechas señaladas, el Departamento de Comunicación anunciará - aquellas solicitudes que hayan sido aceptadas una vez el Consejo Técnico haya estudiado cada caso en particular.

Una vez aceptado, el candidato pasará al Departamento de Comunicación a recoger su carta de Admisión firmada por el Director del mismo, así como por el Asesor Académico.

D. Inscripción.

El Candidato admitido realizará los trámites de inscripción en la Dirección General de Servicios Escolares -Sección Posgrado- (siguiendo los trámites planteados en el folleto "Instructivo para Primer Ingreso - Posgrado").

Para mayores informes dirigirse a:

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
Departamento de Comunicación
Maestría en Comunicación y Desarrollo
Av. Cerro de las Torres # 395
Col. Campestre Churubusco
04200 - México, D. F.

Tel.: 544-9811



CCC
AI
0164

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

EXAMENES PROFESIONALES

NOMBRE	TITULO TESIS	CALIFICACION
1.- JESUS MA. CORTINA ICETA	ORGANIZACION DE UNA EMISORA DE TELEVISION EN EL DISTRI- TO FEDERAL.	APROBADO POR UNA- NIMIDAD DE VOTOS CON UNA FELICITA- CION ESPECIAL POR SU EXAMEN. 6/VII/67
2.- ✓ RAUL CREMOUX LOPEZ <i>0012</i>	LA TELEVISION Y EL ALUMNO - DE SECUNDARIA EN EL DISTRI- TO FEDERAL.	APROBADO POR UNA- NIMIDAD DE VOTOS CON UNA FELICITA- CION ESPECIAL POR SU TESIS. 7/VII/67
3.- ✓ SALVADOR AGUSTIN ARRAN GOIZ MORAN <i>0003</i>	ESTRUCTURA Y BASES PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL DEPARTA- MENTO DE RELACIONES PUBLI- CAS.	APROBADO POR UNA- NIMIDAD DE VOTOS. 19/VII/68
4.- ✓ LUIS DIAZ CORTES ALVAREZ <i>0004</i>	SIMILITUDES Y DIFERENCIAS - ENTRE: EL EXISTENCIALISMO - SARTRIANO, EL MARXISMO Y EL TOMISMO CON RESPECTO AL CON- CEPTO DEL HOMBRE.	APROBADO POR UNA- NIMIDAD DE VOTOS. 4/IX/68
5.- ✓ JAIME VICENTE MAR- TINEZ FRESAN <i>0005</i>	PUBLICIDAD Y SALUD MENTAL.	APROBADO POR UNA- NIMIDAD DE VOTOS. 6/VI/69
6.- ✓ MA. DE LOURDES GO- MEZ CASTELAZO <i>0006</i>	LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFI- CA MEXICANA Y SUS PRINCIPA- LES PROBLEMAS.	APROBADA POR UNA- NIMIDAD DE VOTOS. 15/VIII/69
7.- ✓ JOAQUIN ANTONIO -- FERNANDEZ ESPINOSA DE LOS MONTEROS <i>0007</i>	UN ANALISIS DE LA TELEVI- SION EDUCATIVA QUE PASA POR LOS CANALES COMERCIALES DEL DISTRITO FEDERAL EN MEXICO.	APROBADO. 16/X/69

8. ✓ MA. ALICIA BECKMAN
BLANCHET *0008*
IMPORTANCIA DE LA IMAGEN
DE MARCA EN EL MERCADO DE
PRODUCTOS Y SERVICIOS
APROBADO POR UNA-
NIMIDAD DE VOTOS Y
MENCION HONORIFICA
CUM LAUDE.
23/I/70
9. ✓ JOSEP ROTA BURGUEÑO *0028*
ESTUDIO COMPARATIVO DE CIN-
CO PERIODICOS DE LA CIUDAD
DE MEXICO SEGUN SU MORFOLO-
GIA, ORIGEN DE LA INFORMA-
CION Y ANALISIS DE CONTENI-
DO.
APROBADO POR UNA-
NIMIDAD CON FELI-
CITACION POR SU -
TESIS Y EXAMEN.
10/VII/70
10. ✓ HECTOR MANUEL DE JE-
SUS AGUILAR CAMIN. *0010*
EL LENGUAJE PUBLICITARIO -
COMO LENGUAJE REPRESIVO.
APROBADO POR UNA-
NIMIDAD.
8/IX/70
11. ✓ MA. ADRIANA BARBARA
YUREN CAMARENA *0011*
CREACION DE UNA IMAGEN Y -
LA COMUNICACION DEL ARTE -
EN LA PUBLICIDAD TURISTICA.
APROBADO POR UNA-
NIMIDAD DE VOTOS.
6/XI/70
- 12.- JOSE MA. ZERTUCHE Y
LLAMAS
FUNCIONES DE LA PUBLICIDAD
EN EL DESARROLLO DE NUEVOS
PRODUCTOS.
APROBADO.
7/V/71
13. ✓ FERNANDO SANTIBAÑEZ ;
Y FLORES *0013*
UN ESTUDIO COMPARATIVO DE
PUBLICIDAD DE COMPETENCIA
Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL,
SUS FUNCIONES Y SUS CONEXIO-
NES CON LAS RELACIONES PU-
BLICAS.
APROBADO POR UNA-
NIMIDAD DE VOTOS.
10/VI/71
14. ✓ FRANCISCO ANDRES DA-
MIAN PRIETO Y ECHASO *0014*
EL ENCUENTRO DE LAS SUBJETI-
VIDADES.
APROBADO.
11/VI/71
15. ✓ FRANCISCO JOSE DE AN-
DA Y RAMOS *0015*
LA RADIODIFUSION EN EL VA--
LLE DE MEXICO Y SU APEGO A
LA LEY.
APROBADO POR UNA-
NIMIDAD DE VOTOS.
16. ✓ MARIA NAME SIERRA *0016*
LIMITES AL DESARROLLO DE
LAS AGENCIAS NOTICIOSAS ME-
XICANAS.
APROBADO POR UNA-
NIMIDAD DE VOTOS.
10/III/72
17. ✓ AMPARO GUADALUPE MAR-
TINEZ NORIEGA *0017*
UNA TECNICA DE GUIONISMO PA-
RA PELICULAS DIDACTICAS ES-
COLARES.
APROBADO.
24/IV/72

18. ✓ ERNESTO CARLOS GARCIA SANS 0018 UN NUEVO SISTEMA DE PRODUCCION DE COMERCIALES PARA LA TELEVISION MEXICANA. APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS. 15/V/72
19. ✓ PATRICIA FERNANDEZ HERNANDEZ 0019 ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE LA PERCEPCION DE VIOLENCIA EN TELEVISION ENTRE UN GRUPO DE JUECES. APROBADA POR UNANIMIDAD DE VOTOS. CON FELICITACION ESPECIAL POR SU TESIS Y EXAMEN. 21/VI/72
20. ✓ LUIS ENRIQUE RIOJA DEL OLMO 0020 ADAPTACION DE UNA OBRA DE TEATRO PARA TELEVISION Y COMO MANTENER LA FUERZA DRAMATICA ORIGINAL. APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS. 15/III/72
21. ✓ MIREN ARANTZAZU LARESGOITI Y HERNANDEZ 0021 LA INFORMACION INSTRUMENTO ESENCIAL EN EL CONTROL ADMINISTRATIVO DE LA UNIDAD DE ORGANIZACION Y METODOS. APROBADA POR UNANIMIDAD DE VOTOS. 20/IX/72
22. ✓ JESUS MA. GOVELA AUTREY 0022 ESTUDIO COMPARATIVO DE LA ACCION DE ALGUNOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION SOBRE LAS FACULTADES DE ATENCION Y RETENCION EN DOS GRUPOS DE ESTUDIANTES. APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS. 12/X/72
23. ✓ MA. LETICIA JIMENEZ Y GAMA 0023 OPINION ACERCA DE LA DOCTRINA DE LA IGLESIA CATOLICA SOBRE CONTROL NATAL ENTRE MUJERES CATOLICAS CASADAS DEL DISTRITO FEDERAL. APROBADA POR UNANIMIDAD CUM LAUDE. 17/X/72
24. ✓ JOSE DE JESUS FLORES OLAGUE 0024 GABRIEL MARCEL Y SU FILOSOFIA DE LA COMUNICACION. APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS. 15/XI/72
25. ✓ GEMA MARINA LOPEZ MONTES Y DIAZ 0458 ADAPTACION DEL PROCESO DE LA COMUNICACION DE BERLO A UN PROGRAMA DE INDUCCION DE PERSONAL. APROBADO POR UNANIMIDAD. 15/XI/72
26. ✓ ALFREDO DIEGO ARVIZU Y GONZALEZ 5200 ANALISIS DE LA COMUNICACION INTERNA EN UNA EMPRESA FABRICANTE DE MAQUINARIA Y PROGRAMA DE COMUNICACION PARA LA MISMA. APROBADO POR UNANIMIDAD. 17/XI/72

27. ✓ EDUARDO MALLET Y ARELLANO
0009
INTERRELACIONES ENTRE LA MOTIVACION DEL CONSUMIDOR Y EL CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD IMPRESA DE ALMACENES DEPARTAMENTALES EN MEXICO.
APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS.
23/XI/72
28. ✓ JOSE MIGUEL AGUSTIN VELAZQUEZ E' VERS
0027
CREACION DE UN BUFETE DE RELACIONES PUBLICAS.
APROBADO POR MAYORIA DE VOTOS.
14/II/72
29. ✓ ALVARO JOAQUIN RUIZ PEREZ
0033
ASPECTOS IDEOLOGICOS DE LA GRAN PRENSA MEXICANA.
APROBADO POR MAYORIA DE VOTOS.
6/III/73
30. ✓ HASSO DIEGO KURT OPITZ BURKAMP
0029
EL DRAMATURGO MEXICANO DE TELEVISION Y LA TECNICA DEL TEASER O GANCHO DE ENTRADA.
APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS.
23/IV/73
31. ✓ MA. GUADALUPE CHABAUD POUS
0030
COMPROBACION DE LA EFICACIA Y UTILIDAD DE UN CURSO INTENSIVO DE ALFABETIZACION EN LENGUAJE TOTAL IMPARTIDO A UN GRUPO DEL PUBLICO QUE ESTA EN CONTACTO CON LOS MEDIOS.
APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS.
7/V/73
32. ✓ GABRIEL GARCIA CARBAJAL
0031
DISEÑO DE UN SISTEMA DE DISTRIBUCION PARA LATINOAMERICA DE PROGRAMAS DE TELEVISION HECHOS EN MEXICO.
APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS.
7/V/73
33. ✓ LUIS FERNANDO ANDRES CUEVAS ESTRADA
0032
ESTUDIO EXPLORATORIO DE PERCEPCION EN BASE A LAS FORMAS BASICAS DE COMPOSICION EN T.V.
APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS.
11/V/73
34. - ANGELA SILVIA ALARCON TAPIA
LA OPINION EDITORIAL DEL PERIODICO EXCELSIOR Y LA REFORMA AGRARIA EN MEXICO.
APROBADA POR UNANIMIDAD DE VOTOS.
14/V/73
35. ✓ FERNANDO JAVIER MORETT LOPEZ
0034
ESTUDIO DESCRIPTIVO DE TECNICAS DE PRODUCCION SOBRE OCHO PROGRAMAS DE UNA SERIE DE TELEVISION EDUCATIVA, POR EL GRADO DE ATENCION OBSERVADO EN UN GRUPO DE NIÑOS DE NIVEL SOCIOECONOMICO BAJO DEL DISTRITO FEDERAL.
APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS CUM LAUDE.
16/V/73

36.-✓ YOLANDA LAZO MARGAIN

0035

ESTUDIO SOBRE LOS INTERESES EN LA PROGRAMACION DE TELEVISION DE UN GRUPO DE NIÑOS DE PRIMARIA

APROBADA POR UNANIMIDAD DE VOTOS.
7/VI/73

37.-✓ FELIPE KORSENNY

0036

EL CONTROL INSTRUCCIONAL DE LA APLICACION DEL REFORZAMIENTO, Y EL REFORZAMIENTO, SON MAS EFECTIVOS QUE UNA COMUNICACION POSITIVA O NEGATIVA, CON CONSECUENCIAS DIFERIDAS, CON RESPECTO A INCREMENTAR LA FRECUENCIA DE LA CONDUCTA DEL CEPILLADO DE DIENTES EN LOS NIÑOS.

APROBADO CUM LAUDE
21/VI/73

38.-✓ FERNANDO RAMON LAVARIEGA PAZ

0037

LA PRODUCCION DE CINE DE CAPACITACION ADIESTRAMIENTO Y ENTRENAMIENTO DE PERSONAL DESTINADO A LA EMPRESA PRIVADA.

APROBADO.
15/VIII/73

39.-✓ ALBERTO JOSE CABALHERMOSILLO

0079

INVESTIGACION SOBRE EL NIVEL DE INFORMACION, CONFIABILIDAD Y USO PREFERENCIAL DE MEDIOS, DEL PUBLICO RECEPTOR DE PERIODICOS Y NOTICIEROS DE LA CIUDAD DE MEXICO.

APROBADO CUM LAUDE
13/IX/73

40.-✓ GILDA MARGARITA SANCHEZ MEDINA.

0039

ANALISIS COMPARATIVO DEL COMUNICADO CONJUNTO Y DE ALGUNOS DISCURSOS PRONUNCIADOS POR EL PRESIDENTE ECHEVERRIA EN LA CIUDAD DE WASHINGTON CON EL TRATAMIENTO DADO A DICHOS MENSAJES POR LA TELEVISION NORTEAMERICANA DURANTE LA VISITA DE ESTADO DE 1972.

APROBADA POR UNANIMIDAD DE VOTOS.
17/IX/73

41.-✓ GUSTAVO ADOLFO MENDEZ KUHN

0040

MEDICION DE ALGUNOS EFECTOS COLATERALES PRODUCIDOS EN LA COMUNICACION PUBLICITARIA DE UN REFresco EMBOTELLADO, EN 1968-69

APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS.
11/X/73

- 42.- HERNAN GONZALEZ GOMEZ (ESTUDIO EXPLORATORIO) RADIO Y LA TELEVISION EN CENTROAMERICA. APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS. 15/X/73
- 43.- ✓ JUAN PAULINO DIAZ FERNANDEZ EN CONJUNTO LOS SEIS CANALES DE TELEVISION DE MEXICO, D.F. PROGRAMARON LA MITAD DE SU TIEMPO CON PRODUCCIONES EXTRANJERAS, Y LA OTRA MITAD CON PRODUCCIONES NACIONALES, SIENDO EL 37% DE ESTAS PRODUCCIONES INDEPENDIENTES Y EL 63% RESTANTE PRODUCCIONES INTERNAS, EN EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 1° DE AGOSTO 1971 Y EL 30 DE ENERO 1972. APROBADO CUM LAUDE 6/XII/73
- 0042
- 44.- ✓ NORMA CRISTINA GONZALEZ SALAZAR PROCEDENCIA DE LA INFORMACION SOBRE METODOS DE CONTROL EN TEQUILA, JALISCO APROBADO POR UNANIMIDAD Y FELICITACION DEL JURADO. 4%IV/74
- 0043
- 45.- ✓ JORGE ASCENCIO TIERINA. LA REVISTA COMO HERRAMIENTA DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PUBLICAS EN UNA EMPRESA DE VENTAS POR DEPARTAMENTOS. APROBADO. 14/V/74
- 0044
- 46.- ✓ CLAUDIA PATRICIA GUADALAJARA SANTA MARIA DENTRO DEL SISTEMA NACIONAL DE ENSEÑANZA SECUNDARIA POR TELEVISION EN EL DISTRITO FEDERAL, INVESTIGACION DE LA OPINION QUE TIENEN LOS ALUMNOS SOBRE SI SU APRENDIZAJE SE DEBE AL MAESTRO COORDINADOR O AL TELEMAESTRO. APROBADA POR UNANIMIDAD DE VOTOS Y MENCION CUM LAUDE. 23/V/74
- 0045
- 47.- ✓ MARIA CRISTINA NEGRETTE GARCIA LA INFLUENCIA DE UN PROGRAMA DE TELEVISION EDUCATIVO EN UN GRUPO DE NIÑOS DE 3, 4 Y 5 AÑOS DE EDAD EN EL DISTRITO FEDERAL. APROBADA POR UNANIMIDAD DE VOTOS. 27/V/74
- 0058
- 48.- ✓ PILAR BEATRIZ BANDERA CAÑAL LA INFLUENCIA DE UN PROGRAMA DE TELEVISION COMO MEDIO EDUCATIVO EN NIÑOS Y NIÑAS DE 3 A 5 AÑOS DE EDAD EN EL DISTRITO FEDERAL. APROBADA POR UNANIMIDAD DE VOTOS CON FELICITACION ESPECIAL DEL JURADO. 7/VI/74
- 0047

49. ✓ FELIPE OLIVARES RODRIGUEZ

0048

IDEOLOGIA Y LENGUAJE.

APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS.
16/VIII/74

50.- PEDRO PADIERNA BASTNING

EL CAMBIO DE LA IMAGEN CORPORATIVA ES INDISPENSABLE CUANDO ESTA DIFIERE DE LOS OBJETIVOS DE COMUNICACION DE LA EMPRESA.

APROBADO POR CUM LAUDE.
30/VIII/74

51.- ✓ ALEJANDRO VICTORIA NO ORDORICA SAAVEDRA

0050

LA REVISTA INTERNA IDEAL DE ACUERDO A LA TEORIA DE LA COMUNICACION

APROBADO POR UNANIMIDAD.
11/IX/74

52.- GUILLERMO ALFONSO FARBER BEJARANO

LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA EN EL PENSAMIENTO DE HERBERT MARCUSE.

APROBADO POR CUM LAUDE.
4/X/74

53.- ✓ MARTA MACIEL JIMENEZ

0052

ANALISIS DEL CONTENIDO EL AUDIO EN LA PROGRAMACION COMICA DE LA TELEVISION MEXICANA DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION.

APROBADA.
10/X/74

54.- MARIA GUADALUPE -- DIEGO FERNANDEZ Y SOTELO

EXAMEN COMPRENSIVO DE LOS SIGUIENTES TEMAS: a) INVESTIGACION DE LA COMUNICACION b) FILOSOFIA, c) TEORIA DE LA COMUNICACION.

APROBADA POR UNANIMIDAD.
7/XI/74

55. ✓ ROBERTO INDALECIO MAQUEO SILVA

0053

INVESTIGACION COMPARATIVA SOBRE LA INFORMACION RETENIDA ENTRE UN MEDIO DE COMUNICACION AUDIOVISUAL Y UNO ORAL CON UN GRUPO DE ESTUDIANTES.

APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS.
5/XII/74

56. ✓ MARCO ANTONIO DURAN SANCHEZ

0046

ANALISIS DE CONTENIDO DE FOTONOVELAS IMPRESAS A COLORES EN MEXICO, D. F., EN RELACION A LA TEORIA DE LAS NECESIDADES HUMANAS Y A LOS ESTUDIOS DE PSICOLOGIA DEL MEXICANO.

APROBADO POR UNANIMIDAD DE VOTOS.
6/XII/74

57.- MARIA PATRICIA ESPERANZA TORRES MAYA

EXAMEN COMPRENSIVO DE LOS SIGUIENTES TEMAS: a) INVESTIGACION DE LA COMUNICACION b) PERIODISMO, c) FILOSOFIA.

APROBADA POR CUM LAUDE.
22/I/75

- 58.- ✓ JOSE DIEGO AVILES RIVERA *0055* MONOGRAFIA DEL COLOR Y SU APLICACION PRACTICA EN UN ARTICULO DE CONSUMO POPULAR. APROBADO. 20/II/75
- 59.- ✓ JOSE ANTONIO PAOLIBOLIO *0056* DINAMICA DE COMUNICACION - EN UNA DISCUSION DE PEQUEÑA COMUNIDAD TZ'ELATAL. APROBADO. 11/IV/75
- 60.- ✓ LUZ GABRIELA GONZALEZ URTAZA *0070* DIMENSIONES QUE LLAMAN LA ATENCION EN LOS COMERCIALES DE T.V. APROBADA CON MENCION HONORIFICA. 14/IV/75
- 61.- ✓ CARLOS GOMEZ PALACIO Y CAMPOS *0059* INVESTIGACION SOBRE LA ESTRATIFICACION DE OPINIONES, DEBIDO AL MOVIMIENTO DE INFORMACION, ENTRE LOS DIVERSOS NIVELES JERARQUICOS -- DEL PERSONAL DE UNA PLANTA INDUSTRIAL. APROBADO CON MENCION HONORIFICA. 25/IV/75
- 62.- GERARDO DONNEAUD MARTIN ANALISIS DE CONTENIDO DE LAS CANCIONES MAS POPULARES Y VENDIDAS EN MEXICO, D. F., DE JUNIO DE 1973 A JUNIO DE 1974, EN BASE A SU TEMATICA, LA INTENSIDAD DE SU CONTENIDO EMOCIONAL Y A LOS VALORES QUE PROYECTAN REFERIDOS A LA TEORIA DEL CARACTER DE ERICH FROMM. APROBADO. 30/IV/75
- 63.- ✓ EDUARDO SANCHEZ - FIERRO. *0060* EFICIENCIA INFORMATIVA INSTITUCIONAL QUE PROYECTA UNA REVISTA EXTERNA GUBERNAMENTAL DENTRO DE UN PUBLICO DE TERMINADO. APROBADO. 9/V/75
- 64.- ✓ LUIS ANTONIO DE NORIEGA SISNIEGA *0061* REPORTE DE PRACTICA DE CAMPO: INVESTIGACION DE LA IMAGEN DEL PROGRAMA SUBE PELAYO SUBE. APROBADO CON MENCION HONORIFICA. 15/V/75
- 65.- ✓ MA. TERESA GARCIA GONZALEZ *0062* LA PROTECCION DE LOS DERECHOS DE LOS AUTORES E INTERPRETES EN LAS TRANSMISIONES MEDIANTE SATELITE. APROBADA. 21/V/75

66.- ✓ ANA ELENA GUADALUPE
CRUZ NAVARRO

0063

DESARROLLO, REALIZACION Y
EVALUACION DE UN DOCUMEN-
TAL CINEMATOGRAFICO DE --
CONTENIDO CIENTIFICO Y --
TECNOLOGICO.

APROBADA.
22/V/75

67.- ✓ MA. DE FATIMA FERNAN
DEZ CHRISTLIEB

0064

INFORMACION COLECTIVA Y -
PODER EN MEXICO.

APROBADA CON MEN
CION HONORIFICA.
30/V/75

68.- ✓ MARIA DE LOURDES AL
CALA HUERTA.

0065

COMPARACION ENTRE LA ENSE
ÑANZA DIRECTA Y LA ENSE--
ÑANZA POR TELEVISION EN -
CUANTO AL RENDIMIENTO DE
CONOCIMIENTOS, CON ALUM--
NOS DE PRIMER AÑO DE ENSE
ÑANZA MEDIA EN EL VALLE -
DE MEXICO, A TRAVES DE UN
CRITERIO ESPECIFICO.

APROBADA.
5/VI/75

69.- ✓ SARA VIRGINIA DELANO
Y FRIER

0066

PLAZA SESAMO UN PERFIL DE
AUDIENCIA EN MEXICO, MERI
DA Y MONTERREY.

APROBADA.
10/VI/75

70.- MARION GIMBELL
LETOCHA

EXAMEN COMPRENSIVO DE LOS
SIGUIENTES TEMAS: a) FILO
SOFIA, b) TEORIA DE LA CO
MUNICACION, c) TELEVISION.

APROBADA CON MEN
CION HONORIFICA.
20/VIII/75

71.- ALEJANDRO FAMILIAR -
GARCES

SITUACION DE LA PUBLICIDAD
GRAFICA EN MEXICO ¿TRANS-
FORMACION O REFORZAMIENTO?

APROBADO.
10/IX/75

72.- ALBERTO RUY SANCHEZ
LACY

EISENSTEIN EN MEXICO. ELE
MENTOS PARA LA HISTORIA -
DE UNA PRODUCCION INTERRUM
PIDA.

APROBADO.
19/IX/75

73.- JOSE ANTONIO LASCU-
RAIN OCHOA

OPCION TERMINAL DE CURSOS
A NIVEL DE POSGRADO.

APROBADO.
/IX/75

74.- ✓ PATRICIA AMELIA
ARRIAGA JORDAN

0069

VIOLENCIA EN TELEVISION: --
EFECTO EN LA PREFERENCIA -
DE LOS NIÑOS POR EL COMPOR
TAMIENTO VIOLENTO.

APROBADA CON MEN
CION HONORIFICA.
10/XI/75

75.- SANDRA GOMEZ MONTE-
NEGRO OROZCO

EL PROCESO DE LA COMUNICA-
CION LITERARIO A PARTIR --
EL PENSAMIENTO DE HENRI -
BERGSON.

APROBADA.
16/XII/75

- 76.- LUIS GARCIA LEAL EXAMEN COMPRENSIVO DE LOS SIGUIENTES TEMAS; a) TELEVISION, b) TEORIA DE LA COMUNICACION, c) INVESTIGACION DE LA COMUNICACION. APROBADO. 21/I/76
77. ✓ MA. CRISTINA GUADALUPE ROMO GIL POSIBILIDADES Y OBSTACULOS PARA LA UTILIZACION DE LA RADIO COMO MEDIO EDUCATIVO EN MEXICO. APROBADA. 22/I/76
0038
78. ✓ VICTOR MANUEL TORRES MIRANDA PROGRAMA INTECPAL DE CAPACITACION DE PERSONAL PARA UNA FABRICA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS. APROBADO. 28/I/76
0072
- 79.- MA. LUISA ELVIRA MORALES EXAMEN COMPRENSIVO DE LOS SIGUIENTES TEMAS: a) TELEVISION, b) FILOSOFIA, c) TEORIA DE LA COMUNICACION. APROBADA CON MENCION HONORIFICA. 29/I/76
80. ✓ ALICIA ISABEL MARTIN DEL CAMPO GOMEZ EFECTOS DE GRADOS DIFERENCIALES DE INTENSIDAD DE VIOLENCIA TELEVISADA EN LAS ACTITUDES HACIA LA VIOLENCIA DE LOS NIÑOS EN FUNCION DE SU INTEGRACION SOCIAL. APROBADA CON MENCION HONORIFICA. 4/II/76
0073
- 81.- MA. DEL PILAR ERENDIRA GARCIA NIETO EXAMEN COMPRENSIVO DE LOS SIGUIENTES TEMAS: LITERATURA, TEORIA DE LA COMUNICACION E INVESTIGACION DE LA COMUNICACION. APROBADA POR UNA NIMIDAD DE VOTOS. 10/III/76
82. ✓ SARA MARIA DE LOURDES RODRIGUEZ ORTIZ EFECTOS DE CONTENIDO VIOLENTO CON DOS GRADOS DE INTENSIDAD DE VIOLENCIA EN PRESENCIA Y AUSENCIA DE INOCULACION SOBRE LA CONDUCTA DE NIÑOS DE EDUCACION PRIMARIA. APROBADA CON MENCION HONORIFICA. 17/III/76
0074
- 83.- MIREYA JEANETTE VINYALLONGA PORRAS EXAMEN COMPRENSIVO DE LOS SIGUIENTES TEMAS: TEORIA DE LA COMUNICACION, FILOSOFIA, TELEVISION. APROBADA CON MENCION HONORIFICA. 25/III/76
84. ✓ MIGUEL ALVAREZ GANDARA LA PROBLEMATICA RURAL Y EL CENTRO EDUCATIVO TLAHUELILPAN. APROBADO. 2/IV/76
0075

85.- OLIVIA MA. DE JESUS
ALBISUA GOROSTIZAGA

EXAMEN COMPRESIVO DE LOS
SIGUIENTES TEMAS: TEORIA
DE LA COMUNICACION, SOCIO
LOGIA DE LA COMUNICACION
Y FILOSOFIA.

APROBADA.
7/IV/76

86. ✓ PATRICIA URIAS ALVA
REZ

0076

EL PORFIRISMO A TRAVES DE
SUS PERIODICOS.

APROBADA.
19/IV/76

87.- ALMA HERMINIA VIZCA
ARRA CORRAL

EXAMEN COMPRESIVO DE LOS
SIGUIENTES TEMAS: TELEVI
SION, SOCIOLOGIA DE LA CO
MUNICACION E INVESTIGACION
DE LA COMUNICACION

APROBADA.
22/IV/76

88.- MARIA DEL CARMEN RE
CIO TEJADILLA

EXAMEN COMPRESIVO DE LOS
SIGUIENTES TEMAS: LITERA
TURA, FILOCOFIA E INVESTI
GACION DE LA COMUNICACION.

APROBADA.
4/V/76

89. ✓ THELMA NIDIA MERAZ
DOMINGUEZ

0077

ANALISIS DE LOS MENSAJES
SOBRE EDUCACION FISCAL EMI
TIDOS POR LA FUENTE OFICIAL
DE LA SHCP Y PUBLICADOS EN
EL PERIODICO EXCELSIOR.

APROBADA.
26/IV/76

90.- MA. DE LOURDES NUÑEZ
URQUIZA

EXAMEN COMPRESIVO DE LOS
SIGUIENTES TEMAS: TEORIA
DE LA COMUNICACION, LITERA
TURA Y SOCIOLOGIA.

APROBADA.
19/V/76

91. ✓ RICARDO IGLESIAS
FLORES

0078

INVESTIGACION SOBRE LAS --
ACTIVIDADES ELECTORALES EN
ALGUNAS COLONIAS PROLETA--
RIAS DE LA CIUDAD DE MEXICO
Y SU APLICACION A UNA CAM
PAÑA POLITICA.

APROBADO.
10/VI/76

92.- JORGE MARIO DI-DO-
NNA ARGUELLES

EL PROCESO DE LA COMUNICA
CION AMOROSA EN JOSE ORTE
GA Y GASSET.

APROBADO.
13/VIII/76

93. ✓ ELOINA LOPEZ CANO

0080

ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE
CARACTERISTICAS DE LECTORES--
CUSCRIPTORES Y LECTORES-COM
PRADORES DE CINCO PERIODI
COS EN LA CIUDAD DE MEXICO
EN 1972.

APROBADA.
18/VIII/76

- 94.- ROCIO GARDUÑO DIAZ ANALISIS DE CONTENIDO DE - APROBADA.
LOS DIALOGOS DE LOS PERSO- 19/VIII/76
NAJES DE FOTONOVELAS IMPRE-
SAS A COLOR EN BASE A LA -
TECNICA DEL ANALISIS ESTRUC-
TURAL.
95. ✓ VICTOR CONSTANTINER 0082 INDICES EN LA PRODUCCION - APROBADO CON MEN-
SOURASKY DE TELEVISION EDUCATIVA: - CION HONORIFICA.
UN ESTUDIO DE GRADOS DE -- 6/IX/76
ATENCIÓN A PLAZA SESAMO.
96. ✓ ACACIO EDMUNDO -- 0051 REPORTE-EVALUACION DE LAS APROBADO CON MEN-
MACIP TORAL TESIS DE LA RAMA DE DIVUL- CION HONORIFICA.
GACION AGRICOLA DEL COLE-- 15/IX/76
GIO DE POSGRADUADOS, CHA--
PINGO, MEXICO.
97. ✓ MARCELA ACLE TOMA- 0084 LA SEMIOTICA COMO METODO - APROBADA CON MEN-
SINI DE ANALISIS DE LA IDEOLOGIA CION HONORIFICA.
TRANSMITIDA A TRAVÉS DE LOS 23/IX/76
MEDIOS MASIVOS DE INFORMA--
CION EN UNA SOCIEDAD CAPITA-
LISTA.
- 98.- PATRICIA GOMEZ MON- LA DISTORSION PROVOCADA EN APROBADA CON MEN-
TENEGRO LA COMUNICACION POR EL IDEA- CION HONORIFICA.
LISMO Y EL MATERIALISMO. 8/X/76
99. ✓ MARIA MARGARITA DE 0086 LENGUAJE Y COMUNICACION. LOS APROBADO CON UNA
HAENE ROSIQUE APORTES DE LA LINGUISTICA - FELICITACION UNA
DEL DISCURSO A LA TEORIA DE NIME DEL JURADO.
LA COMUNICACION. 18/X/76
100. ✓ JOSE ANTONIO UGALDE " " " " " " " " 19/X/76
101. ✓ JAVIER CHAVEZ GUZMAN " " " " " " " " 28/X/76
102. ✓ LOREN MA. DE LOURDES EXAMEN COMPRENSIVO DE LOS - APROBADA.
FERNANDEZ LARRAGAIN SIGUIENTES TEMAS: TEORIA DE 29/X/76
LA COMUNICACION, INVESTIGA-
CION DE LA COMUNICACION Y -
TELEVISION.

- 103.- JENNY OSTROSKY SHEJET POSIBILIDADES DE COMUNI- APROBADA CON MEN
CACION EN LA DIALECTICA CION HONORIFICA.
HEGELIANA Y EL EXISTEN-- 3/XII/76
CIALISMO DE ALBERT CAMUS.
104. ✓ GERARDO ANTONIO AVI 0088 EL EJERCICIO VERBAL COMO APROBADO.
LA HESLES PREADQUISICION DE LA LEC- 13/XII/76
TURA Y ESCRITURA EN LOS -
ADULTOS ANALEFABETAS, COMO
METODO PARA PREVENIR ERRO
RES ORTOGRAFICOS.
105. ✓ MARIO HUMBERTO ZAMO 0089 CONOCIMIENTO DE LA INFOR- APROBADO.
RA DEL CUETO. MACION SOBRE METODOS DE - 14/XII/76
PLANEACION FAMILIAR ENTRE
LOS HABITANTES DE SANTA -
MARIA CUAXUSCO ESTADO DE
MEXICO.
106. ✓ MA. LUISA ACUÑA -- 0090 LA INTELIGENCIA Y SU RELA APROBADA CON MEN
MORALES. CION CON LOS EFECTOS DE - CION HONORIFICA.
LA TELEVISION SOBRE LA -- 15/XII/76
PREFERENCIA POR EL COMPOR
TAMIENTO, VIOLENTO EN LOS
NIÑOS.
107. ✓ GLORIA ELENA DEL 0091 LA COMUNICACION INTERPER- APROBADA CON MEN
ROSARIO GARZA ATAYDE SONAL: UN ACERCAMIENTO -- CION HONORIFICA.
HOLISTICO AL ESTUDIO DEL 16/XII/76
PROCESO.
108. ✓ MA. ROSA JOSEFINA - 0092 EFECTOS A CORTO Y LARGO - APROBADA CON MEN
GPE. DEL S.C. CERTU PLAZO DE DOS INTENSIDADES CION HONORIFICA.
CHA DE LA MACORRA DE UN CONTENIDO VIOLENTO 16/XII/76
SOBRE LA CONDUCTA AGRESI-
VA DE LOS NIÑOS EN FUNCION
DEL TIEMPO QUE SE EXPONEN
A LA TELEVISION.
109. ✓ FEDERICO REYNAUD AVE+ 0093 ESTUDIO SOBRE LOS EFECTOS APROBADO CON MEN
LEYRA DE DOS TIPOS DE CONTENIDOS CION HONORIFICA.
VIOLENTOS TELEVISADOS EN 20/I/77
LAS ACTITUDES DE LOS NIÑOS
HACIA LA VIOLENCIA Y LA -
RELACION DE ESTAS CON LA
CONDUCTA VIOLENTO DE LA FA
MILIA.

- 110.- ALICIA MOLINA ARGUDIN EL PROBLEMA DE LA COMUNICACION EN LA PEDAGOGIA DE PAULO FREIRE. APROBADA CON MENCIÓN HONORIFICA. 28/I/77
- 111.- ✓ ROSA MARTHA INGELMO CIRES EL PROCESO DE LA COMUNICACION EN EL PENSAMIENTO DE JOSE ORTEGA Y GASSET. APROBADA. 3/II/77
- 112.- ✓ JORGE GUTIERREZ ORVANANOS BOLETIN INFORMATIVO Y TABLERO DE AVISOS EN DOS TAMAÑOS COMO FACTORES DEL NIVEL DE INFORMACION EN UNA EMPRESA. APROBADO. 25/II/77
- 113.- ✓ MARIA DEL CARMEN CEVALLOS FERRIZ ANALISIS DE LA LEGIBILIDAD DE UN PERIODICO MEXICANO PARA NIÑOS. APROBADA. 27/IV/77
- 114.- ✓ RICARDO VERNON CARTER IMPORTANCIA TEMATICA EN PRENSA Y PUBLICO DE LA CIUDAD DE MEXICO. APROBADO CON MENCIÓN HONORIFICA. 24/VI/77
- 115.- ✓ LILIANA MARIA MORENO GOMEZ " " " " " " 29/VI/77
- 116.- ✓ ILEANA ADRIANA RAMIREZ WILLIAMS " " " " " " " " "
- 117.- ✓ DOROTHEA CARMEN SCHAEEL " " " " " " " " "
- 118.- ✓ FRANCISCO DE ASIS MICHEL BON ANTOCEN LA INFLUENCIA DE CUATRO TIPOS DE PROGRAMAS VIOLENTOS, TRANSMITIDOS POR T.V., SOBRE LAS ACTITUDES, OPINIONES Y CONDUCTAS DE LOS NIÑOS. APROBADO CON MENCIÓN HONORIFICA. 28/VI/77
- 119.- ✓ JORGE IGNACIO RETANA " " " " " " " " " APROBADO. 28/VI/77
- 120.- ✓ MA. DEL CARMEN DE LA PEZA CASARES " " " " " " " " " APROBADA CON MENCIÓN HONORIFICA. 28/VI/77
- 121.- ✓ SALVADOR EMILIO GONZALEZ HERNANDEZ LA COMUNICACION PERSUASIVA COMO MODIFICADORA DE PREFERENCIAS. APROBADO. 28/VI/77
- 122.- ALEJANDRO RECAMIER ANGELINI ANALISIS DEL PROGRAMA PARA TELEVISION GIRA PRESIDENCIAL. APROBADO. 22/VIII/77

0095

0096

0097

0129
0098

0099
1666

0100

- 123.- GUILLERMO ALFREDO FRESSE LOZANO ANALISIS DEL PROGRAMA PARA TELEVISION GIRA PRESIDENCIAL. APROBADO. 22/VIII/77
- 124.- JESUS FERNANDO -- HERNANDEZ SANCHEZ " " " " " "
125. ✓ MARTHA MARGARITA ALCO CER WARNHOLTZ LA SISTEMATIZACION DE LA ENSEÑANZA APLICADA EN FORMA DE GUIA DE ESTUDIO DE LA ASIGNATURA DE LA CIENCIA DE LA COMUNICACION. APROBADA. 26/VIII/77
0102
126. ✓ RAUL LOMELI RODRIGUEZ LA LIBERTAD DE EXPRESION Y LA LIBERTAD EN EL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL. APROBADO. 29/VIII/77
0103
127. ✓ JUAN RICARDO COJUC WOLFOWITZ EFECTOS DEL CONTEXTO DE UNA SECUENCIA DE VIOLENCIA TELEVISADA, EN LA INTEGRACION SOCIAL Y DE LA EXPOSICION A LA TELEVISION SOBRE ACTITUDES AGRESIVAS DE NIÑOS DE EDUCACION PRIMARIA. APROBADO. 30/VIII/77
0104
- 128.- ✓ ENRIQUE DAVID AMES RUSSEK UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD PARA UN SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA: SISTEMA DEL COLEGIO DE BACHILLERES, 1976 APROBADO. 31/VIII/77
0105
129. ✓ GUSTAVO EDUARDO -- MARTINEZ BACA LA PUBLICIDAD Y LAS IMAGENES DE EXITO. APROBADO. 8/IX/77
0106
- 130.- ✓ MA. TERESA DE LA CONCHA GUIJARRO EVALUACION METODOLOGICA DE LAS TESIS EXPERIMENTALES SOBRE VIOLENCIA EN TELEVISION REALIZADAS EN EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACION DURANTE LOS AÑOS --- 1975, 1976, 1977. APROBADA. 14/IX/77
0107
131. ✓ NICOLAS ALFREDO -- NAIME PADUA EL PUBLICO DE CINE Y SU FORMACION HACIA UNA MEJOR APRECIACION DEL FENOMENO CINEMATOGRAFICO. APROBADO. 20/IX/77
0108

132.- ✓ VICTOR MANUEL DIAZ
ARCINIEGA

0109

DESDE LA PERSPECTIVA --
LITERARIA: ANALISIS DEL
PROCESO DE COMUNICACION
QUE SE DA ENTRE LOS PER-
SONAJES DE LA NOVELA --
"LA METAMORFOSIS" DE --
FRANZ KAFKA.

APROBADO
14/X/77

133.+ ✓ ALEJANDRO SANDERS
ROMERO

0110

AMOR Y COMUNICACION.

APROBADO
11/XI/77

134.- ISAAC SHAPIRO KUDLER

CREDIBILIDAD DE LA FUEN
TE Y MEMBRECIA AL GRUPO:
SU INFLUENCIA EN EL CAMBIO
DE OPINION DE LOS INTEGRAN
TES DE UN GRUPO PRIMARIO.

PLAN U.I.A.
APROBADO
18/XI/77

135.- ✓ JORGE ALFREDO BLAN-
CO SANCHEZ

0112

ANALISIS LITERARIO, SEMIO-
LOGICO DE LAS PUBLICACIO-
NES DENOMINADAS MINIREVIS-
TAS, CONFORME A LOS ESQUE-
MAS DE TZUETAN TODOROV,
VLADIMIR PROPP Y LA TEO-
RIA DEL MITO EN RADIN Y
LEVY STRAUSS.

APROBADO
30/XI/77

136.- ✓ LUIS GUEVARA NEGRETE

0113

LA PRENSA Y LOS TEXTOS GRA
TUITOS: ANALISIS DE LA EDI
TORIALES Y ARTICULOS EDITO-
RIALES EN VARIOS PERIODICOS
DE LA CIUDAD DE MEXICO SO-
BRE LA NUEVA EDICION DE LOS
LIBROS DE TEXTO GRATUITOS.

APROBADO
2/XII/77

137.- ✓ VICTOR MANUEL BACRE
PARRA

0114

TRABAJO EXPLORATORIO DE CO
MUNICACION EDUCATIVA EN --
CUATRO COMUNIDADES RURALES
PARTICIPANTES EN EL PLAN
PUEBLA.

APROBADO
6/XII/77

138.- ✓ DANIEL TANUR FERRER

0115

LA FUNCION DEL MITO EN EL
PROCESO DE LA COMUNICACION
SOCIAL.

PLAN UIA
APROBADO
6/XII/77

139.- ✓ ABRAHAM NOSNIK
OSTROWIAK

0116

UN ESTUDIO SOBRE EFECTIVI-
DAD Y PAUTAS COMUNICATIVAS
EN EL FENOMENO DEL LIDERAZ
GO.

PLAN U.I.A.
APROBADO
9/XII/77

140. ✓ LAURA MARCELA SANCHEZ MENCHERO 0117 EL TEATRO POPULAR CAMPESINO COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACION. UNA EXPERIENCIA DE AUTOGESTION ARTISTICA. PLAN U.I.A. APROBADA. 3/III/78
141. ✓ JORGE ALEJANDRO GONZALEZ SANCHEZ " " " " " "
142. ✓ ALBERTO ALMEIDA URAN GA 0118 ESTUDIO SOBRE LA COMUNICACION VERTICAL DEL SISTEMA EDUCATIVO EN UNA ESCUELA RURAL, (TRABAJO DE CAMPO) APROBADO. 17/III/78
143. ✓ CARLOS BRAMBILA PAZ 0119 EXPOSICION SELECTIVA: ANALISIS PSICOSOCIAL DE LA RECEPCION DE UN MENSAJE. PLAN U.I.A. APROBADO. 27/III/78
144. ✓ JOAQUIN LABARTHE CABRERA 0120 ACTITUD DE LOS PERIODICOS: EL IMPARCIAL, DIARIO DEL HOGAR Y EL PAIS DE LA CIUDAD DE MEXICO ANTE LA CAMPAÑA REELECCIONISTA Y EL INICIO DE LA REVOLUCION CON EL MOVIMIENTO ARMADO EL 20 DE NOVIEMBRE DE 1910 APROBADO. 10/IV/78
145. ✓ CECILIA PUENTE SANTA MARINA 0121 EL CONCEPTO DE CULTURA IMPLICITO EN LOS SUPLEMENTOS CULTURALES DE LOS PRINCIPALES DIARIOS DEL DISTRITO FEDERAL. APROBADA. 21/IV/78
146. ✓ TERESA MAUAD ABUD 0081 ANALISIS DE CONTENIDO DE DOS PERIODICOS SENSACIONALISTAS EDITADOS EN LA CIUDAD DE MEXICO Y SU RELACION CON ALGUNAS TEORIAS DE PSICOLOGIA DEL MEXICANO. APROBADA. 25/IV/78
147. ✓ JUAN DARIO RAFAEL MESA Y MESA 0123 ALGUNAS TECNICAS PARA MEJORAR LA COMUNICACION EN UN AULA DE CLASE. APROBADO. 4/V/78
148. ✓ ENRIQUE GARCIA TRAVESI GAMEZ 0124 IMPLICACIONES DEL DESARROLLO Y LA COMUNICACION EN EL FENOMENO DEMOGRAFICO. APROBADO. 9/V/78

- 149.- ✓ JOSE LUIS SUAREZ GONZALEZ
0087
TRABAJO EXPLORATORIO RESPECTO A LAS INFORMACIONES SOBRE POLITICAS DE BIENESTAR SOCIAL EJECUTADAS POR EL GOBIERNO DEL ESTADO DE QUERETARO, PUBLICADAS DURANTE EL AÑO 1975 EN LOS DIARIOS NOTICIAS Y DIARIO DE QUERETARO.
APROBADO.
2/VI/78
- 150.- ✓ MA. MARGARITA DE GUADALUPE GUERRA ALVAREZ
0126
PERFIL SOCIO-CULTURAL DEL TAXISTA DE LA CIUDAD DE MEXICO INVESTIGACION POR ENCUESTA PARA LA CREACION DE UN PROGRAMA RADIOFONICO.
APROBADA.
5/VI/78
- 151.- ✓ BERTHA SALINAS AMESCUA
0127
MARGINALIDAD, ORGANIZACION POLITICA Y COMUNICACION -- POPULAR.
APROBADA.
28/VI/78
- 152.- MA. GUADALUPE CAMACHO GUTIERREZ
EL CONFLICTO SADICO-MASOQUISTA EN EL PROCESO DE LA COMUNICACION INTERPERSONAL.
APROBADA.
9/VIII/78
- 153.- CARLOS MAYA OBE
ANALISIS DE LA HISTORIETA -- "LAGRIMAS, RISAS Y AMOR"
APROBADO.
10/VIII/78
- 154.- ✓ TIRSO HERLINDO LIMON MARQUEZ
0130
LA COMUNICACION PRIMERA
APROBADO.;
11/VIII/78
- 155.- ✓ BEATRIZ ZARZUELA PALACIOS
0131
SOLEDAD Y AMOR.
APROBADA.
6&IX/78
- 156.- SERGIO ARMANDO NAVARRO BENITEZ
ANALISIS DE LA TEORIA DE LA OPINION PUBLICA.
APROBADO.
14/IX/78
- 157.- ✓ CARLOS RAUL NAVARRO BENITEZ
0133
PROPOSICIONES TEORICAS PARA EL ESTUDIO DE LA PUBLICIDAD A PARTIR DEL MODO DE PRODUCCION CAPITALISTA, Y DEL DESPLAZAMIENTO Y ABSORCION DE EXCEDENTES.
APROBADO.
19/IX/78
- 158.- ✓ MARTHA GUADALUPE -- LARIS PATIÑO
0134
LA COMUNICACION, UN PROCESO VITAL EN LA ORGANIZACION.
APROBADA.
21/IX/78

- 159.- BRUCE MACLOVIO --- SWANSEY MIMIAGA LA ESTRUCTURA DE LOS MENSAJES EN EL BEST SELLER. APROBADO PLAN U.I.A. 2/X/78
160. ✓ JORGE RODOLFO NUÑEZ MARTINEZ 0136 INVESTIGACION SOBRE EL MANEJO DE LA INFORMACION AGRARIA POR LA PRENSA DE LA CIUDAD DE MEXICO. APROBADO. 6/X/78
161. ✓ LUIS JESUS GALINDO CACERES 0137 LA UNIVERSIDAD Y LA DISCIPLINA DE LA COMUNICACION. PLAN U.I.A. APROBADO. 20/X/78
- 162.- MARIA GUADALUPE -- GUTIERREZ SANTOS DESARROLLO DE LA PERSONALIDAD, JUEGOS DE LIBERTAD. (PELICULA) PLAN U.I.A. APROBADA. 24/X/78
- 163.- FERNANDO ANTONIO -- RIVERO LARREA DESARROLLO DE LA PERSONALIDAD, JUEGOS DE LIBERTAD. (PELICULA) " "
164. ✓ MA. DEL CARMEN NAVARRETE TORRES 0139 EXPOSICION DE LOS CANALES FORMALES E INFORMALES EN LA COMUNICACION INTERNA. APROBADA. 31/X/78
165. ✓ RENE GONZALEZ VELASCO 1651 LOS OBJETIVOS DE TELEVISION RURAL DE MEXICO Y SU ADECUACION A LOS CONTENIDOS PROGRAMATICOS. APROBADO. 14/XI/78
- 166.- FRANCISCO GONZALEZ HERMOSILLO ADAMS COMUNICACION Y CIENCIAS SOCIALES. APROBADO. 16/XI/78
- 167.- ✓ FRANCISCO JAVIER -- ESTEINOU MADRID 1451 LOS MEDIOS DE DIFUSION MASIVA EN LA FORMACION SOCIAL CAPITALISTA. APROBADO CON MENCION HONORIFICA. 22/XI/78
168. ✓ PABLO EDUARDO OCAMPO PEÑA 0510 MARIAS (PELICULA) APROBADO PLAN U.I.A. 24/XI/78
169. ✓ ERIC SAMUEL KROINEN-GOLD CAZES MARIAS (PELICULA) PLAN U.I.A. APROBADO. 24/XI/78
170. ✓ ROBERTO SALVADOR MORENO CHUERI 1546 CULTURA COMO BASE DE TODA COMUNICACION. APROBADO CON MENCION HONORIFICA. 27/XI/78

171. ✓ LUIS FELIPE ARGUELLO ZEPEDA 1648 ACTITUDES SOBRE LA TELEVISION INSTRUCCIONAL EN OCHO EMPRESAS PRIVADAS DEL PAIS APROBADO. 28/XI/78
172. ✓ GUILLERMO DE LA TIJERA GARZAFOX 0457 DOCUMENTAL UN NIÑO (TU HIJO DE 1 a 2 Y DE 2 A 3 AÑOS) (PELICULA) APROBADO. 29/XI/78
173. ✓ MA. REGINA CORTINA LELO DE LARREA 0456 ANALISIS Y EVOLUCION DE LOS ESTUDIOS Y TENDENCIAS EN COMUNICACION RURAL. PLAN U.I.A. APROBADA. 30/XI/78
174. ✓ JUDITH STRIGLER GRUNSTEIN 0514 1968-1978. DIEZ AÑOS DE LA TELEVISION INFANTIL EN MEXICO. APROBADA. PLAN U.I.A. 11/I/79
175. ✓ ANA MARIA NORIEGA 0509 SOLEDAD Y AISLAMIENTO EN J.B. LOTZ APROBADA. 25/I/79
176. ✓ JORGE MIGUEL DEL POZO MARX 0696 RUMOR Y COMUNICACION APROBADO 14/II/79
177. ✓ ALBERTO JAVIER MARTINEZ DE VELASCO ARELLANO 0461 LA INFLUENCIA DE LA COMUNICACION EN LA COOPERACION O COMPETENCIA PLAN U.I.A. APROBADO 23/II/79
178. ✓ MA. GRACIELA FLORES MARTINEZ 0111 HISTORIA DE UN NIÑO (REPORTE DE TRABAJO DE CAMPO) APROBADA 2/III/79
179. ✓ MARIA DE LA LUZ CASAS PEREZ 1647 APLICABILIDAD DEL MODELO HERBERT-UNGURAIT-BOHN AL PROCESO DE LA COMUNICACION COLECTIVA EN MEXICO. EL REGULADOR DE INFORMACION Y SU FUNDAMENTO LEGAL PLAN U.I.A. APROBADA CON MENCION HONORIFICA 8/III/79
180. ✓ ESPERANZA SAMANO GOMEZ 1373 ANALISIS DE CONTENIDO DE LA CONDUCTA VERBAL DE PERSONAJES DE UNA HISTORIETA SEMANAL EN BASE A LA TEORIA DEL ANALISIS ESTRUCTURAL APROBADA 16/III/79
181. ✓ FRANCISCO JOSE MARTINEZ MEDELLIN 1420 ¿HACIA UN NUEVO ORDEN INTERNACIONAL DE LA INFORMACION? APROBADO 18/IV/79
182. ✓ MIREN JASONE DE LOYOLA Y MORALES 1450 EFECTIVIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION PARA EL AMBIENTE DE TRABAJO EN LAS EMPRESAS APROBADO 19/IV/79

183.- ✓ JOSEPH HENRY ROBERT HEIN ARNAUD

0083

ESTUDIO COMPARATIVO DE LA EXPOSICION A PERIODICOS Y A LA TELEVISION EN RELACION AL RENDIMIENTO ESCOLAR. NORMAS Y RELACIONES SOCIALES DE NIÑOS DE DISTINTOS NIVELES SOCIO-ECONOMICOS

APROBADO 15/V/79

184.- ✓ RAFAEL SIGFRIDO GARCIA GAMBOA

PILOTO DEL PROGRAMA RADIO FONICO IMAGENES

APROBADO 16/V/79

185.- ✓ ELENA ECHEVERRIA DE LA MORA

CONSTRUCCION DE UN MODELO ESTRUCTURAL PARA EL ANALISIS IDEOLOGICO DE COMIC.

APROBADA 25/V/79

186.- ✓ BRUNO FERNANDO DE VECCHI ESPINOSA DE LOS MONTEROS

CONSTRUCCION DE UN MODELO ESTRUCTURAL PARA EL ANALISIS IDEOLOGICO DE COMIC

APROBADO 25/V/79

187.- ✓ JOSE CISNEROS ESPINOSA

0243

PROPOSICION DE UNA METODOLOGIA DE OPERACION PARA UN EQUIPO DE COMUNICACION INTEGRADO EN UN PROGRAMA DE PROMOCION SOCIAL RURAL.

APROBADO CON MENCION HONORIFICA 7/VI/79

188 BERNARDO KRINSKY STRYGLER

VAMONOS PA'L NORTE (PELICULA).

APROBADO 13/VII/79

189 SERGIO ANTONIO ORTIZ SALINAS

VAMONOS PA'L NORTE (PELICULA).

APROBADO 13/VII/79

190 ✓ SARA GARCIA SILBERMAN

0085

EL CAMBIO DE OPINION EN FUNCION DEL MOMENTO EN QUE SE RECIBE INFORMACION DEL QUE COMUNICA Y SI ESTE ES ATRACTIVO O EXPERTO

APROBADA 10/VI/79

191 ALBERTO GUTIERREZ RENDON

ESTUDIO DESCRIPTIVO DE LAS NECESIDADES DE ORIENTACION VOCACIONAL EN ALUMNOS DE SEXTO DE BACHILLERATO DE ESCUELAS PREPARATORIAS DEL D.F., PARA LA ELABORACION DE UNA CAMPAÑA COMUNICATIVA DENTRO DEL AREA (REPORTE DE PRACTICAS DE CAMPO

APROBADO 2/VIII/79

192 ✓ ALVARO JESUS GONZALEZ EGEA

1694

INFLUENCIA DE LA PERCEPCION SOCIAL DE ATRACTIVO Y LA PERCEPCION SOCIAL DE EXPERTO DE LA FUENTE SOBRE LA FRECUENCIA DE EXPOSICION A LOS NOTICIEROS DE T.V.

APROBADO CON MENCION HONORIFICA 7/VIII/79

193 MA. DE LOS MILAGROS FUENTES VILLASANTE

INVESTIGACION DESCRIPTIVA SOBRE EL GRADO DE INFORMACION QUE LOS EMPLEADOS TIENEN ACERCA DE LA EMPRESA Y SUS PROCEDIMIENTOS Y CANALES DE LOS CUALES LA ADQUIEREN

APROBADA 8/VIII/79

U. I. A.

94.- ✓ ARTURO DAVILA SANCHEZ

1700

LA LITERATURA: DIALOGO CON TINUO ENTRE UN AUTOR Y UN LECTOR.

APROBADO 14/VIII/79

195.- JOSE LUIS GONZALEZ RUBIO

DESCONSTRUCCION SINTACTICA DE LOS SIGNOS PRESENTADOS CON MAYOR FRECUENCIA EN LA TELEVISION MEXICANA CON OBJETO DE PROVOCAR UNA DISTANCIA CRITICA EN EL RECEPTOR.

APROBADO 18/VIII/79

196.- GILBERTO ANTONIO LOZANO HINOJOSA

DESCONSTRUCCION SINTACTICA DE LOS SIGNOS PRESENTADOS CON MAYOR FRECUENCIA EN LA TELEVISION MEXICANA CON OBJETO DE PROVOCAR UNA DISTANCIA CRITICA EN EL RECEPTOR.

APROBADO 18/VIII/79

197.- ✓ MARGARITA ROSA DE ORELLANA IGLESIAS

1634

CINE E HISTORIA

APROBADA 21/VIII/79

198.- NURIA JOSEFINA PILAR BENET MARSA

ESTUDIO DESCRIPTIVO BASADO EN EL ANALISIS DE CONTENIDO DE LA COMUNICACION CIENTIFICA DE 1977.

APROBADA 28/VIII/79

199.- JAIME RODOLFO PALAVICINI ESPONDA

IMPORTANCIA DE LA COMUNICACION NO VERBAL EN LA INTERACCION HUMANA: UN ENFOQUE INTERDISCIPLINARIO.

U. I. A. APROBADO CON MENCION HONORIFICA 29/VIII/79

200.- ALEJANDRO BOSCH GUIA

ESTUDIO DOCUMENTAL SOBRE LA TECNICA DE INVESTIGACION AL CAMPO DE LA COMUNICACION.

APROBADO 14/IX/79 U. I. A.

201.- ✓ MARIA DEL CARMEN DIAZ AMADOR

1639

POLITICA Y RADIO DIFUSION EN MEXICO UN ANALISIS HISTORICO

APROBADA 21/IX/79

202.- ✓ MARIA DEL PILAR ENCARNACION PEREZ SAINZ

CF 180

1373

ANALISIS DE CONTENIDO DE LA CONDUCTA VERBAL DE LOS PERSONAJES DE UNA HISTORIETA SEMANAL, EN BASE A LA TEORIA DEL ANALISIS ESTRUCTURAL

APROBADA 9/X/79 U. I. A.

203.- JUAN OKIE GONZALEZ

CREACION DE UN PROGRAMA DE COMUNICACION.

U. I. A. APROBADO 16/X/79

204.- ✓ JOSE RAMON SAINZ PEREZ

1635

LA CANCION RANCHERA, SU COMUNICACION EN BASE AL LENGUAJE Y A LOS ATRIBUTOS COMPLEMENTARIOS DEL ESTILO.

APROBADO 18/X/79

CCC
AI
0164

De: Mtro. Francisco Prieto
A: Lic. Raúl Fuentes

17 de Marzo / 83

Asunto: Se envía relación de egresados y titulados en licenciatura en Comunicación por la Universidad Iberoamericana, México.

Estimado Raúl:— Por medio de la presente, te ~~informo~~ INFORMO que a primavera 83, la relación es la siguiente:

Egresados: 1,644 (Desde 1964, fecha en que sale la 1^a generación)

Titulados: 262

NOTA: En Maestría se han titulado las siguientes personas:

- 1 Ferruccio Modena
- 2 Mario PORDERO
- 3 Fernando Mejía
- 4 Pedro GuejERA

Si no otra particular, te saluda,
A tu amigo te,



1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16
17	18	19	20
21	22	23	24
25	26	27	28
29	30	31	32
33	34	35	36
37	38	39	40
41	42	43	44
45	46	47	48
49	50	51	52
53	54	55	56
57	58	59	60
61	62	63	64
65	66	67	68
69	70	71	72
73	74	75	76
77	78	79	80
81	82	83	84
85	86	87	88
89	90	91	92
93	94	95	96
97	98	99	100

OBJETIVOS GENERALES

- 1 Visualizar en funcionamiento de la función de la música a través de la historia
- 2 Distinguir diversas escuelas y géneros musicales.
- 3 Conocer a fondo la música nacional en todas sus modalidades y sus principales influencias que actualmente se dejan sentir.
- 4

Temas propuestos

- 1 La música
- 2 Aparición de la música y trascendencia social
- 3 Historia de la música en occidente
- 4 La música actual
- 5 La música en México
- 6 Importancia del contenido musical en el radio nacional.

Valis Garina.- Aproximación a la música Salvat.

Psicoterapia musical

Hornik y Lurichod Enciclopedia de la Música Teves I, II y III.

[Handwritten signature]

CENTRO DE DIDACTICA

PERIODISMO RADIOFONICO

Tarjetas

Practica

Cálculos

Departamento

COMUNICACION

Requisitos

Sigla

1911

1911

OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Analizar y valorar los programas noticiosos de radio como servicio al auditorio.
- 2 Diseñar distintas clases de noticieros de acuerdo a su finalidad y formato.
- 3 Conocer el manejo y combinación de fuentes informativas, recursos y personal, el Departamento noticioso de una radiodifusora.
- 4

Temas principales:

- 1 Información como función radiofónica 5 Departamento de noticias de radio.
- 2 La noticia 6
- 3 Géneros noticiosos, su especificación en radio
- 4 La editorialización.- su función orientadora
- 5 El programa noticioso en radio

Praser Bond P. Introducción al periodismo Pd. Lima

Rivers William L. Periodismo Prensa Radio y T.V. Pd. Pax

Dary David. Manual radiofónico. Pd. Diana

...

...

OBJETIVOS GENERALES: analizar el curso el diploma sera el par de:

- 1 Describir algunas experiencias de Radiodifusión
- 2 Enumerar las distintas y más importantes experiencias en Radio Educativa.
- 3 Analizar la importancia del radio como apoyo pedagógico en el proceso educativo de una comunidad.
- 4

Temas principales:

- 1 LA Educación Concepto. 5
- 2 Los medios de Comunicación Social y La Radiación
- 3 Evaluación experiencia en Radio Educativa 7
- 4 Futuro y Proyección de la radio Educativa. 8

Meonail.- Sociología de los Medios masivos de Comunicación.- países

Freyre Padie.- La Educación como práctica de la libertad

Lavin, Harry y Gillespie.- El uso de la Radio para fomentar la planificación Familiar.- SIAYA

CENTRO DE DIDACTICA

[Handwritten signature]

Nombre
CARRO CORONADA

Teléfono
V. 111111

Edad
28

Residencia:
CARRERA 12
CALLE 12

Sexo
M

1978

OBJETIVOS GENERALES: A fin de dar al alumno una formación:

- 1 Explicar los principales métodos para el análisis y comparación de la radio.
- 2 Redactar informes y síntesis de programas radiofónicos diversos.
- 3 Evaluar distintos tipos de sistemas y programas radiofónicos.
- 4 Desarrollar una investigación documental sobre la radio en México.

Temas principales:

- 1 Evolución de la radio en México
- 2 Métodos para el análisis y comparac. de la radio.
- 3 Diversos sistemas radiofónicos en el mundo.
- 5 Análisis y síntesis de la radio en México.
- 6 Perspectivas de la radio.
- 7
- 8

Casasus, J.M. Ideología y Análisis de Medios de Comunicación.
Doposa, Barcelona, 1977.

[Handwritten signature]

CENTRO DE DIDACTICA

LA EMPRESA RADIFONICA

Técnicos

Operarios

Administrativos

Supervisores

Directivos

OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Reconocer la organización empresarial que es propia a una emisora radifónica.
- 2 Realizar una descripción de puesto e implantar el organigrama de una radiodifusora.
- 3 Tener un panorama general de la industria de la radiodifusión y las instituciones que en torno a ella han surgido en México.
- 4

Temas principales:

- 1 El radio en México a nivel industria
- 2 La Ley de radio y televisión
- 3 La estructura administrativa de una emisora
- 4 El radio y su mercado
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9

Instituciones relacionadas al medio en México

La industria del radio en México y la radio en la actualidad en México

La estructura administrativa de una emisora

La Ley de radio y televisión

Las instituciones relacionadas al medio en México

Las revistas varias.

Vc. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

1975
SOCIOLOGIA DE LA
RADIOFONIA

Trimestre
XV

COLECCION
Cursos
Agrupados

543
1975
H. 16

1975

OBJETIVOS GENERALES: Al finalizar el curso el alumno podrá:

- 1 Analizar la radio y su campo de estudio teórico-académico.
- 2 Analizar las diversas prácticas específicas de la radio en México.
- 3 Diferenciar las dimensiones sociales de la radio en México.
- 4 Diseñar una estrategia radiofónica para la organización social.

Temas principales

- 1 La teoría social y el mundo social.
- 2 Conocimiento de lo social y sus perspectivas.
- 3 Sociología de la cultura.
- 4 Perspectivas de una sociología de la radio.
- 5 La radio en la cultura y la organización social.
- 6 Culturas populares y la radio.
- 7 Perspectivas de una sociología de la radio.

Echeverría Castillo, y otros. Ideología y Medios de Comunicación.
 Green y Johns. Introducción a la Sociología.
 McAnnamy, E. Radio's Role in Development. AED, 1975.

Dr. B. Fernando Morett

CENTRO DE DIDACTICA

GUIONISMO RADIOFONICO
(Lab) TF

Temas
Prácticas

COMUNICACION
Creditos

Requisitos
CM358

500
CM 561
horas



OBJETIVOS GENERALES

- 1 Analizar una obra literaria y evaluar sus posibilidades de adaptación a la radio.
- 2 Adaptar obras literarias de diversos géneros a la radio.
- 3 Analizar guiones radiofónicos de acuerdo a diversos géneros y formatos.
- 4 Escribir y analizar críticamente guiones para diversos tipos de programas de radio.

Temas principales:

- 1 Lecturas y análisis literarios. 5 Géneros y formatos de la radio.
- 2 Géneros dramáticos 6
- 3 Técnicas para la adaptación de guiones. 7
- 4 Criterios de análisis y evaluación de una obra literaria. 8

Dary, D. Manual de Noticias Radiofónicas. Ed. Diana, 1976.
 Hilliard, R. Writing for TV and Radio. Hasting louse, N.Y. 1963.
 Obras literarias varias.

[Handwritten Signature]
 Va. No. DIRECTOR
 Dr. Fernando Morett

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre
LABORATORIO DE PRODUCCION
RADIO II

Técnica	Departamento	Sala
Teoría	COMUNICACION	COM 303
Práctica	Cursos	Prácticas
	4	4
	COM 304	

OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Preparar la producción de cualquier programa grabado en vivo y llevarlo a efecto.
- 2 Coordinar y dirigir al personal técnico y artístico de una producción radiofónica.
- 3
- 4

Temas principales:

- 1 La producción profesional
- 2 Producción de Programas de más de 5 minutos
- 3 Producción menores de 5 minutos
- 4 Producción específica de programas educativos
- 5
- 6
- 7
- 8

Howard Luruting for television and radio using Hew Harp.

Levin Harry y Gillespie. -- El uso de la radio para fomentar la participación del radioescucha.
O. Ed. Diana de México.

[Handwritten Signature]

CENTRO DE DIDACTICA

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO	Facultad	Departamento	Grupo
CARRERA RADIO 3	Facultad	COMUNICACIONES	GRUPO 4
		Paralelos	INSTRUMENTOS
		PM 212	4

112

OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Distinguir los recursos técnicos con que se implanta una cabina de producción así como su utilidad.
- 2 Organizar y realizar una producción radiofónica.
- 3 Aprovechar los distintos recursos técnicos para la ambientación que requiera cualquier guión.
- 4

Temas principales:

- 1 Es estudio y cabina radiofónicos 5
- 2 Elementos de la producción radiofónica 6
- 3 Planeamiento y organización de la producción 7
- 4 Evaluación crítica de radio producciones 8

Dary David.- Manual de noticias Radiofónicas. Ed. Diana, México La 1o. parte de este libro servirá como texto para éste laboratorio paralelo a Guionismo Radiofonico.



Vo. No. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

INSTRUCIONES DE CUITO I

Fecha: X Y

Calificación: 1 2

CONTRIBUCION: C1.467

Suma: C1.478 2

OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar un problema de investigación en comunicación dentro de las diversas áreas existentes
- 2 Analizar un problema de investigación en términos variables.
- 3 Dotar al problema de un conflicto pertinente.
- 4

Temas principales:

- | | | | |
|---|---|---|--------------------------------|
| 1 | El Campo de Investigación en Comunicación | 5 | Comunicación en organizaciones |
| 2 | Comunicación Educativa | 6 | Comunicación en política |
| 3 | Comunicación y Salud | 7 | Diseño de Investigación |
| 4 | Comunicación y consumo | 8 | Formulación objetivos. |

Comunicación y cultura. Smith, Nueva visión.

Comunicación Intrapersonal, Interpersonal y Sociocultural de Mortenson Ed. tres picos.



Co. So. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre				
Prácticas de Campo II	Práctica	Creditos	COMUNICACION	RECURSOS
	X	4	CM 479	IV/S/E

OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Construir un Marco teórico interpretativo para un problema de investigación en comunicación.
- 2 Derivar hipótesis de un marco teórico.
- 3
- 4

Temas principales :

- 1 Estado actual teoría en comunicación 5
- 2 Las funciones de un marco teórico 6
- 3 La construcción de un marco teórico 7
- 4 La revisión bibliográfica 8
- 5 La derivación de hipótesis

Las revistas específicas a los Campos de comunicación y Educación, Comunicación y Construo.



Dr. Do. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Fecha		Departamento		Código	
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CAYAMA	Nº	Día	Departamento	Departamento	771 411	Código

- OBJETIVOS GENERALES al finalizar el curso el alumno será capaz de:
- 1 Diseñar dimensiones, indicadores de medios para una Investigación de Comunicación.
 - 2 Definir cuantitativamente la confiabilidad y validez de sus índices.
 - 3 Identificar la técnica de recolección de datos más adecuada.
 - 4 Aplicar un institución de recolección de Datos.

- Temas principales:
- 1 Diseño de dimensiones
 - 2 Indicadores de Índices
 - 3 Confiabilidad de Índices
 - 4 Validez de Índice
 - 5 Selección de técnicas de recolección de Datos.
 - 6
 - 7
 - 8

Metodología de Ciencias Sociales Boudon, LAZARUSSEID, Ed. IAVA.



CENTRO DE DIDACTICA

PRÁCTICAS DE CAMPO IV

Título	COMUNICACION	Sig.	CM 415
Prácticas	Registros	h/s	2
Créditos	CM 479		

OBJETIVOS GENERALES : a) finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar las estadísticas más adecuados para la verificación de una hipótesis específico.
- 2 Aplicar su plan de análisis de Datos.
- 3 Interpretar los resultados obtenidos de un plan de analisis de Datos.
- 4

Temas principales :

- | | |
|--|----------------------------|
| 1 Verificación, Estadística de hipótesis | 5 Interpretación de Datos. |
| 2 Estadística descriptiva | 6 |
| 3 Estadística Inferencial | 7 |
| 4 Análisis secundarios | 3 |

Estadística Social BIALOCK, Fondo Cultura Económica.


Vo. So. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

INSTITUCIÓN EDUCATIVA
COMUNICACION Y

Teoría
Práctica

Departamento
COMUNICACION

Prácticas
01/07

Sigla
CVALI
h/s/s
A



OBJETIVOS GENERALES: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Definir las características del método científico en la ciencia social.
- 2 Evaluar los distintos métodos de acuerdo con sus alcances explicativo y predictivo.
- 3
- 4

Temas principales:

- 1 El concepto de método. 5 Método: Neopositivista, dialéctico y fenomenológico
- 2 Alcance explicativo de los métodos 6 Metodología de sistemas.
- 3 Alcance predictivo de los métodos 7
- 4 Método: cuantitativo, evaluativo y de crítica social. 8

Investigación del comportamiento de SPED KERLINGER, Ed. Interamericana
Investigación del comportamiento una aproximada conceptual del mismo autor

Vo. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Investigación
INVESTIGACION DE LA CON-
MUNICACION VI

Tópicos
Resumen

CONTENIDO
Temas
6

Según
Código
n.º 1
4

11

OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno o será capaz de:

- 1 Evaluar el método empírico a la luz de los enfoques alternativos existentes.
- 2
- 3
- 4

Temas principales:

- 1 El enfoque fenomenológico 5
- 2 El enfoque interaccionista 6
- 3 El enfoque de la escuela de Frank Furt. 7
- 4 8

La fenomenología del mundo social Schutz Paidós.
La construcción social de la realidad. Berger, Luckmann Amarrato.
La Imagen dialéctica. Jay Taurus.



Vc. B. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

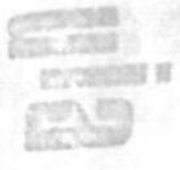
INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
LEÍAMOS 1

1.1.1
Institución

1.1.2
Criterios

1.1.3
Requisitos
C.E. 107

1.1.4
Evaluación
4




OBJETIVOS GENERALES: el profesor el curso el alumno sera responsable:

- 1 Identificar los principales paquetes estadísticos y directivas para su uso.
- 2 Definir los elementos que estructuran un programa.
- 3 Construir un programa estadístico.
- 4 Aplicar los conocimientos de los objetivos 1 al 3 a un problema de investigación en comunicación.

Temas principales:

- 1 Uso de la comput. en la Inv. Social
- 2 Paquete SAS
- 3 Paquete SPSS
- 4 Paquete BMDP
- 5 Estructura del paquete
- 6 Dinámica del paquete
- 7
- 8

Aplicación cuantitativa en las Ciencias Sociales varios autores Ed. SAIGE


Vo. Es. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS I I

Títulos
V. Prácticas

Departamento
SEMINARIO DE
Cual. 15
Requisitos
CM 415

CM 415
H 515
9



OBJETIVOS GENERALES

1. Identificar los alcances y limitaciones de los paquetes estadísticos en la solución de problemas de investigación de la comunicación.
2. Evaluar la aplicabilidad de un paquete de análisis estadístico a un problema de investigación en comunicación
- 3.
- 4.

Temas principales

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| 1 Paquete SAS (1979) | 5 Paquete SPSS (1970) |
| 2 Análisis Discriminatorio | 6 Análisis Discriminatorio |
| 3 Análisis Regresivo | 7 Análisis Regresión |
| 4 Análisis Factorial | 8 Análisis Factorial |

Aplicación cuantitativa en las Ciencias Sociales varios autores Ed. SXGE
Paquetes SAS, SPSS, EXDP .

Vo. So. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Título		Departamento		Sala
INVESTIGACION DE LA COMUNICACION Y			COMUNICACION	COMUNICACION	COMUNICACION

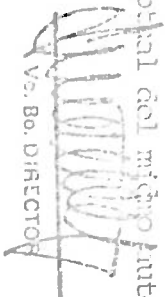
OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Definir las características del método científico en la ciencia social.
- 2 Evaluar los distintos métodos de acuerdo con sus alcances explicativo y predictivo.
- 3
- 4

Temas principales:

- 1 El concepto de método.
- 2 Alcance explicativo de los métodos
- 3 Alcance predictivo de los métodos
- 4 Método: cuantitativo, evaluativo y de crítica social.
- 5 Método: Neopositivista, dialéctico y fenomenológico
- 6 Metodología de sistemas.
- 7
- 8

Investigación del comportamiento de SRED KERLINGER, Ed. Interamericana
 Investigación del comportamiento una aproximación conceptual del mismo autor


 Vº. Bº. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Tema []	Tema []	Tema []	Tema []
[]	[]	[]	[]
[]	[]	[]	[]
[]	[]	[]	[]

OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar las características de los programas de tv considerados como comerciales.
- 2 o culturales.
- 3 Diseñar programas de tv del tipo experimental (innovatorio).
- 4

Temas principales:

- 1 Características de la tv comercial y 5 Nuevas corrientes en producción de cultural
- 2 Diversos tipos de programas. 6 programas de tv.
- 3 La innovación tecnológica en la tv. 7
- 4 Aspectos electrónicos y efectos en tv 8

[Handwritten Signature]

Va. Do. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Tema		Grupos		Sala	
1	2	3	4	5	6
Tema		Grupos		Sala	
1	2	3	4	5	6

TEMAS DE LA UNIDAD 1

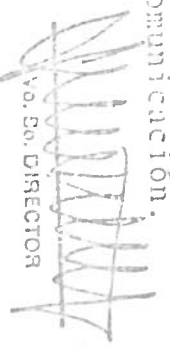
OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar las principales diferencias existentes entre los diversos sistemas de televisión en México y en el mundo.
- 2 Definir y enumerar las características de un sistema de tv pública y de un sistema de tv rural.
- 3 Diseñar formatos de programas para tv pública y/o rural.
- 4 Diseñar un método de evaluación de la efectividad de un programa en sistemas de tv pública y/o rural.

Temas principales:

- 1 Sistemas de televisión en México y el mundo.
- 2 Definiciones de tv rural y pública.
- 3 sistemas de regimenes de propiedad de los medios.
- 4 Formatos de tv pública y rural.
- 5 Avances tecnológicos en tv rural.

Conferencias del Ter Encuentro Mundial de Comunicación.
 Acapulco, México, 1975. Televisa.
 Conferencias del II Encuentro Mundial de la Comunicación.
 Acapulco, México, 1979. Televisa.


 Vto. Sr. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

TEMA	TECNICA	COORDINACION	SEGUIMIENTO	SEGUIMIENTO
SELECCION DE TEMAS	SELECCION DE TEMAS	SELECCION DE TEMAS	SELECCION DE TEMAS	SELECCION DE TEMAS

OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

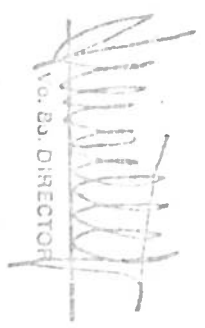
- 1 Diseñar un programa de tv con contenido educativo.
- 2 Proponer objetivos y planear en base a ellos el lenguaje televisivo que debe emplearse.
- 3 Planear la producción de un programa educativo
- 4 Identificar y aplicar un método de evaluación del programa educativo.

Temas principales:

- 1 Definiciones
- 2 La tv como auxiliar en la educación
- 3 Investigación previa para el diseño de un programa educativo.
- 4 Investigaciones de tv educativa respecto a su impacto, interés y efectividad.
- 5 Principales métodos de evaluación
- 6 Diseño de métodos de evaluación formativa y sumativa.
- 7 Evaluación de un programa educativo.

La Tv en la Educación y la Enseñanza.

Korte, D.A.
 Tv y Enseñanza
 Casserier, H.
 Tv para los Niños
 Schramm y otros.
 Quality in Instructional Tv
 Schramm (ed).



VO. B. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

GENÉROS Y FORMATOS

1	2	3	4
AV	COMUNICACIÓN	CM472	
PROG. 1	CLASIS	NVS	
	PROG. 2		

OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar los distintos tipos de géneros y formatos televisivos.
- 2 Diseñar programas de tv en cualquier género y formato establecidos.
- 3 Evaluar y reconocer el valor y adecuación de los distintos tipos de géneros y formatos en la realidad mexicana.
- 4

Temas principales:

- 1 Distintos tipos de géneros televisivos 5
- 2 Distintos tipos de formatos televisivos 6
- 3 Diseño de programas. 7
- 4 Géneros y formatos empleados por la tv mexicana y extranjeras. 8

Quality in Instructional Tv.

W. Schramm.
Univ. Press of Hawaii.

Liebert y Otros.
The Early Window.
Pergamon Press.

VO. BO. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

OBJETIVOS GENERALES: analizar el caso el director será el que...

- 1 Analizar una obra literaria y evaluar sus posibilidades de adaptación al lenguaje televisivo.
- 2 Adaptarla en un guión para televisión
- 3 Analizar el guión televisivo para evaluar la adaptación
- 4 Escribir guiones basados en una obra literaria.

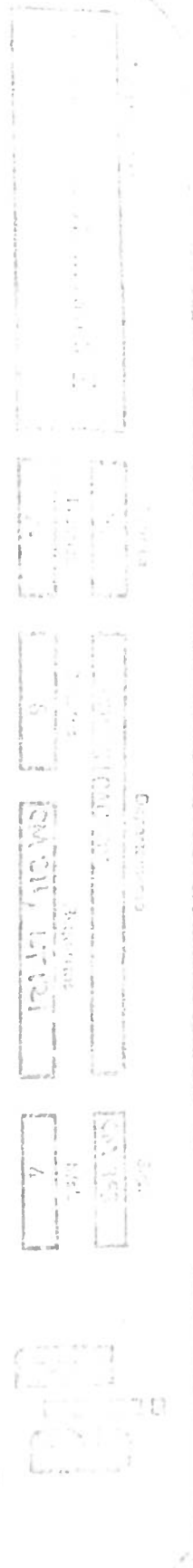
Temas principales:

- 1 Lecturas y análisis literarios
 - 2 Géneros dramáticos literarios
 - 3 Técnicas y reglas para la adaptación de una obra literaria
 - 4 Estructura: Tema, escenas y consecuencias
- Criterios de análisis y evaluación de una obra literaria.

Trapnell Coles.- Teleplay
 Mermel Berman y Aspects of drama
 Durto Lattie Brown and er.
 Friedrich John Play directions


 V. O. Es. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA.



- CRITERIOS GENERALES PARA LA REDACCIÓN DE GUIONES PARA TELEVISIÓN
1. Producir imágenes para televisión que cumplan con las reglas de visualización y composición pictórica.
 2. Emplear las reglas de visualización y composición para traducir ideas en imágenes televisivas.
 3. Aplicar los conceptos básicos de redacción de guiones en los diferentes tipos de programas de televisión, cuidando que el contenido de estos se desarrolle bajo los cánones de responsabilidad que al contenido de estos se presente el profesional de la comunicación.

Temas principales:

1. Composiciones visual para televisión 5
2. Formatos televisivos 6
3. Redacción y análisis de un guión según cada uno de los formatos anteriores .
4. Adaptación de obras literarias para televisión y análisis del contenido que se adoptó.

Hilliard R.L. Writing for television and radio Idastng House
 Hilliard R.L. Television Editores asociados
 Burack "The Writer's Handbook"
 "The Writer inc. Pv. Boston


 Vo. 80. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Materia		Temas		Decorativos		S. G.	
Producción de TV II (Laboratorio)		AV		Decoración 2.000		CMTI 1.000	
		AV		CMTI 0		CMTI	

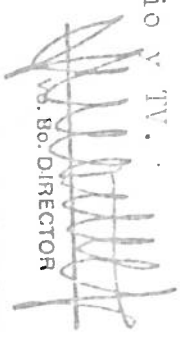
OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Calcular presupuestos de una producción de tv.
- 2 Manejar de manera correcta todos los elementos técnicos y humanos que comprende una producción de tv.
- 3 Producir programas de tv de cualquier tipo de género en diversos formatos.
- 4

Temas principales:

- 1 Planación y administración de presupuestos. 5
- 2 Práctica intensiva con todos los elementos de un estudio de tv. 7
- 3 Diseño y producción de un programa nuevo de tv. 8

Zettl, H. Television Production Handbook
 Wadsworth Publishing Co.
 Qual & Martin. Dirección de Estaciones de Radio y TV.
 Ed. Diana.


 V. B. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

PRODUCCION DE TV III
(Laboratorio)

Fuente
XX

Comunicación
Cursos
4

Equipamiento
Fuentes
CM160

CM 10
h/s
1

OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Distinguir y explicar los diferentes elementos electrónicos de un estudio de tv.
- 2 Utilizar de manera óptima el equipo de un estudio de tv.
- 3 Detectar los problemas electrónicos mas frecuentes en la realización de un programa.
- 4 Producir un programa de tv cumpliendo con objetivos de calidad pre-establecidos.

Temas principales:

- 1 Componentes electrónicos de un estudio 5 Combinación de señales
- 2 Diferentes tipos de señales de video 6 Sistemas en color
- 3 Sincronización de señal de video 7
- 4 Cámaras de tv. 8
- 4 Grabación en cinta magnética

Zettl, H. Tv Production Handbook.
Wadsworth Publishing Co.
Font, H. El Mundo de la Tv.
Ed. Diana.



Vo. So. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

1	2	3	4

OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 El alumno será capaz de organizar los diversos elementos televisivos para destacar los aspectos dramáticos y/o de comedia de una obra literaria.
- 2 Producir un programa de tv.
- 3 Analizar la estructura de una escena.
- 4 Dirigir a los actores y organizar los elementos de una producción de tv.

Temas principales :

- 1 Coordinación de producción en base a adaptaciones literarias.
- 2 Organización de elementos técnicos y humanos para una producción de tv.
- 3 Manejo del espacio televisivo.
- 4 Diversas técnicas de actuación
- 5 Técnicas diversas de dirección
- 6 Estructura de la escena.
- 7 Adaptación.
- 8

Burack, A.S. Television Plays for Writers.
 Vincent, J. The Technique of Film and TV.



Vo. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Director, M. IV I (Laboratorio)	Tercera Fecha XX	Departamento Comunicación Cursos 4	Requisitos CM211	S-gta CM211 h/55 1
------------------------------------	------------------------	---	---------------------	-----------------------------

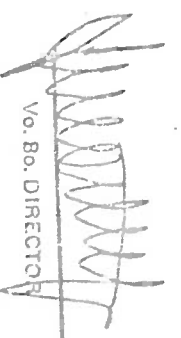
OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Manejar el equipo de un estudio de tv, necesario para producir cualquier tipo de programa.
- 2 Producir programas de tv a partir de guiones elaborados por los alumnos.
- 3 Desarrollar y llevar a cabo planes y proyectos de producción según objetivos previamente señalados.
- 4 Analizar los programas producidos para evaluar sus distintos aspectos respecto a un criterio de evaluación pre-establecido.

Temas principales :

- 1 Practicar con los diferentes elementos de producción.
- 2 Naturaliza de los distintos tipos de producciones en tv.
- 3 Analisis y autocrítica de los programas realizados.
- 4 Operación técnica de equipo electrónico de tv.

Bretz , R. Television Program
 Hilland Wang, N.Y.
 Millerson, G. The Technique of Tv Production.
 Rowland, A. Script Continuity.
 Hasting House.



Vo. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Apellido	Matrícula	Grado	Fecha

OBJETIVOS GENERALES de finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Resolver diferentes problemas sobre el manejo de un producto o servicio en el mercado mexicano.
- 2 El mercado mexicano
- 3 Comparar y evaluar diferentes métodos en la resolución de estos problemas.
- 4

Temas principales:

- | | |
|--|---|
| 1 Problemas del mercado mexicano | 5 |
| 2 Condiciones actuales de la publicidad en México. | 0 |
| 3 | 7 |
| 4 | 3 |



Co. Ho. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

ORGANIZACIÓN DE INSPIRACIONES EN EL (ENTRADA)	Temas <input checked="" type="checkbox"/>	Departamento COMUNICACION	Temas <input checked="" type="checkbox"/>
	Temas <input type="checkbox"/>	Temas <input type="checkbox"/>	Temas <input type="checkbox"/>

OBJETIVOS GENERALES: el finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar y explicar el papel de la Comunicación dentro de una organización.
- 2 Explicar los factores psico-sociales que determinan la conducta individual y grupal de una organización.
- 3 Seleccionar los medios adecuados para promover actitudes y conductas que favorezcan la consecución de objetivos individuales, grupales y de las organizaciones.
- 4 Diseñar un programa completo de comunicaciones internas.

Temas principales:

- 1 Las Comunicaciones Internas 5
- 2 Lugar de las comunicaciones Internas de una estructura organizacional y en especial dentro de las empresas. 6
- 3 Factores psico-sociales que generan conductas individuales y grupales. 8

Cutlip y Centor, "Relaciones Públicas", Madrid, Rial, 1963
 Geldard "Fundamentos de Psicología", México, Trillas 1968.
 Casas, La Imagen corporativa de la Empresa" Tesis U.N.A.M. 1967
 García Valencia, "Relaciones y Reformas de la Administración. México Porrúa 1961.

Yo, Sr. Director
 CENTRO DE DIDACTICA

Nombre del curso
CEN
CEN
CEN

Tema
CEN

Departamento
CEN
CEN
CEN

Sala
CEN
CEN

OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Explicar los procesos de formación y cambio de las instituciones sociales y el papel que desempeña en estos procesos la comunicación externa.
- 2 Identificar los instrumentos técnicos usados por la comunicación de instituciones externas y evaluar sus adecuaciones públicas externas así como evaluar sus adecuaciones a las características y propiedades de diversos tipos de instituciones sociales.
- 3 Diseñar un programa completo de comunicaciones externas.

Temas principales:

- 1 Clasificación general de instituciones sociales según criterios para la comunicación de instituciones
- 2 Necesidad de relación de las instituciones sociales con diversos grupos sociales.
- 3 Público: Definiciones, clasificaciones y características de diversos tipos de público.
- 4 Imagen: Concepto, proceso de información y cambio su importancia en la Comunicación de Instituciones. Instrumentos y Técnicas más utilizados por la Comunicación de Instituciones.

- 1.- Scott M Cutlia y Allen H. Center Public Relation (Hay versión en español)
- 2.- Comunicación Organizacional Colaberg
- 3.- La Ciencia de la Comunicación Humana". Wilbur Schramm ETAL.



VO. BO. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

PRIMARIA III (GRUPO A)	Prueba	GOB. EDUCACION	Requisitos	CURSOS
		Grupos	01 214	14

MAY 21 1962

OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Definir los objetivos de un anuncio para que, con base en ellos se traduzcan las ideas en imágenes
- 2 apropiadas.
- 3 Diseñar la estrategia creativa
- 4 Elaborar un boceto, story board
- 5 Comparar los criterios de evaluación de un anuncio con el boceto y story-board realizado en clase

Temas principales:

- | | |
|----------------------------------|-------------------------|
| 1 Base de la estrategia creativa | 5 Texto |
| 2 Objetivo de Comunicación | 6 Arte y Boceto |
| 3 Estrategia creativa | 7 Reproducción Mecánica |
| 4 El proceso creativo | 8 |

Publicidad comercial
Creatividad
Artículos especializados de la revista 'Advertising Age'

D. Cohen
Kablen Becrier


V. S. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

publicidad II (continuación)

Temas

1	2	3	4	5
Agencia de publicidad	Los medios de comunicación	Proceso administrativo	Plan de Publicidad	Investigación Publicitaria
8	8	7	8	8

EDITORIAL

Diana

LIBRO

Varios

Diana

Varios

Publicidad Comercial

Publicidad Comercial

OBJETIVOS GENERALES al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Explicar los aspectos de una Agencia: departamentos de publicidad
- 2 Justificar y evaluar el uso de los medios de comunicación masiva.
- 3 Entender el proceso administrativo de la publicidad.
- 4 Diseñar estrategias publicitarias
- 5 Diseñar Planos de Medios
- 6 Entender la estrategia creativa
- 7 Posicionamiento
- 8

Temas principales:

- 1 Agencia de publicidad
- 2 Los medios de comunicacion
- 3 Proceso Administrativo
- 4 Plan de Publicidad
- 5 Investigación Publicitaria
- 6 Posicionamiento
- 7
- 8

LIBRO

Lecturas Selectas de Mercadotecnia
Lecturas Selectas de Publicidad
Publicidad Comercial

EDITORIAL

Diana
Diana
Diana

AUTOR

Varios
Varios
Diana

Diana
CENTRO DE DIDACTICA

Tema		Categoría		N.º	
Frecuencia	Creditos	CONSEJERIA	Reservados	CM 354	CM 47
8	8				4

OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Conocer el lenguaje técnico de la edición.
- 2 Enumerar los instrumentos necesarios para realizar la edición en super 8 y 16 mm.
- 3 Analizar el sentido del montaje a través de la edición.
- 4 Discriminar entre los sistemas en la edición de un film.

Temas principales :

- 1 Introducción al trabajo de la edición 5
- 2 Edición de films sin sonido 6
- 3 Lenguaje técnico para la edición. 7
- 4 Editoras. 8

1. 16mm. film cutting. John Barber. Local press, London & New York
2. Your film and the lab. Happe Bernard. Focal press, London.
3. The technique of the film cutting room.. London and Hastings house

10. No. DIRECTOR


CENTRO DE DIDACTICA

uia

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

OPCION TERMINAL PARA LAS AREAS DE CINE Y T.V. DEL

DEPARTAMENTO DE COMUNICACION.

OBJETIVO FINAL

Una realización (programa de T.V. o cortometraje con absoluta libertad de formato), que englobe un marco de comunicación sin caer en lo empírico. En este trabajo, se demostrará si el alumno posee los conocimientos acerca de las teorías de la Comunicación Social y la técnica para difundirlas a través de un medio específico (Cine o T.V.).

CARACTERISTICAS DE LA OPCION:

- 1) Es necesario hacer notar a los pasantes -- que elijan esta opción terminal, que el título de licenciatura, se otorga en comunicación, por lo tanto, todo trabajo obedecerá a los lineamientos de la carrera en sí, y el tipo de planteamiento temático que se haga deberá tratar fundamentalmente una -- cuestión de comunicación. Dado lo anterior, deberá tomarse en cuenta, que ningún trabajo podrá ser aprobado si no cumple -- con el principio básico de la carrera, especificado en el catálogo de la UIA 76-77: "El objeto principal de este departamento, es el de capacitar al estudiante en el vasto campo de la comunicación humana, proporcionándole los conocimientos necesarios sobre el proceso de la comunicación, los elementos necesarios sobre este proceso, las teorías para explicarlo y las técnicas para llevarlo a cabo eficazmente e investigar sus factores y efectos".

Tiene especial relevancia, las materias orientadas a capacitar al estudiante en el área de la comunicación social o colectiva, en la correcta utilización de los medios de comunicación social: PRENSA, RADIO, CINE, T.V.

Entre las disciplinas con las que mantiene un diálogo regular se encuentran: Filoso--

CCC
AE
0164

ría, Sociología, Psicología, Antropología.

2) Deberá ser la presentación de una temática de comunicación social, por lo tanto se verá si el trabajo tiene aplicabilidad: "Existe otro indicio para detectar y fomentar la significatividad de un trabajo y consiste en su aplicabilidad. En la medida en que un proyecto o una tesis sea enfocada a la presentación de un servicio a un grupo determinado de personas, su realización es capaz de producir mayor satisfacción, y por ende, significatividad... el trabajo que se pide, como muestra en la opción terminal, normalmente ha de ir enfocado a ese mismo objetivo de la profesión". (DIDAC 10 pag. 7).

3) Poner de manifiesto:

a) La capacidad de síntesis del alumno ya que necesariamente tendría que reducir el volumen de información a datos manejables visual y auditivamente, previa selección y análisis. "Esta operación de síntesis que es inminentemente productiva, y en cierto modo creadora..." y "...cada estudiante va a mostrar su propia síntesis que puede ser diferente a la de un compañero de clase..." (DIDAC 10, pag. 5 y 6).

b) La capacidad crítica, ya que tendrá que tomar una posición sobre los datos y fundamentarlos en la primera parte de su trabajo.

c) La capacidad creativa, lo que demuestra que el problema ha sido presentado con un toque de originalidad creativa, cumpliendo los objetivos planteados inicialmente.

"En resumen, esta producción personal del estudiante, emplea la expresión de sus propias opiniones, una actitud crítica racional y una proyección objetivada de algún aspecto de la interioridad del pasante" (DIDAC pag. 8). Como es un ser responsable...o ante... por lo tanto se puede tomar una posición y ser responsable con un trabajo en Video Tape o filmado; y tal vez en estos dos últimos casos, la posición o toma

de posición sea más comprometida y más clara y la comprobación de esto puede llegar a ser obvia.

PROCEDIMIENTO DE LA OPCION.

Para cumplir con los requisitos oficiales de registro de opción terminal en Servicios Escolares, será necesario entregar un anteproyecto que cubra los puntos 2, 3 y 4, abarcando los incisos (1) y (2). Una copia del producto final ya realizado se quedará en el Departamento.

Pasos a seguir:

1.- Introducción

2.- Tema:

a) Objetivo del tema.

b) Nivel a manejar:

a) la información

b) estudio de la audiencia

1.- quién

2.- porqué

3.- para qué.

c) Tratamiento: Documental

-Relación de sucesos importantes representados por medios audiovisuales que permiten un análisis detallado para propiciar un conocimiento.

-Documental histórico: Representación de hechos notables de la historia, se investiga sobre el suceso y los personajes que intervinieron, lugar y tiempo, y se agregan elementos falsos: escenografía, vestuario, maquillaje y utilería.

-Documental guiado: Se toman los elementos que integran la totalidad de un tema y se utilizan una o varias personas que sirven de guías improvisados para analizar cada uno de los elementos integrantes.

-Documental científico: Se basa en los elementos planteados por Dziga Vertov: Cine-Ojo y Cine-Oído y Cine-Verdad. La cámara se convierte en un microscopio y telescopio del tiempo, el espacio, los objetos, las personas o todo sujeto de investigación. Mostrará en detalle todo fenómeno comprobado científicamente.

Elementos constantes de un Documental

1.- Representación de una realidad

2.- Análisis

3.- Ordenamiento de sucesos o hechos

4.- Carácter audiovisual

5.- Didáctico (mostrar, enseñar en forma gral.)

3.- Marco Conceptual

- a) Planteamiento del problema
- b) Revisión Bibliográfica
- c) Delimitación del problema

4.- Metodología.- Esquema de Realización

a) Televisión

- 1.- Idea
- 2.- Argumento
- 3.- Guión Literario
- 4.- Guión Técnico
- 5.- Necesidades de Producción
- 6.- Plan de Trabajo
- 7.- Realización del trabajo

b) Cine

- 1.- Idea
- 2.- Sinopsis
- 3.- Guión Literario
- 4.- Guión Técnico
- 5.- Breakdown
- 6.- Realización del Trabajo

5.- Síntesis

Nota.- El programa de T.V. grabado deberá tener una duración entre 27 y 30 mins.

El cortometraje filmado deberá tener una duración de 10 a 30 - mins.

Pautas Evaluativas. (para la opción presentada)

a) De la Obra en gral.: Originalidad en el tratamiento del tema y respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Mueve al espectador a un nuevo punto de vista o produce atención o nuevas consideraciones y conceptos en la mente del espectador?
- ¿Contiene alguna(s) acción compleja que no va a ser bien comprendida por el público?
- ¿Existe una estrecha relación entre todas las secuencias y el tema?
- ¿Se ajusta el tema al tiempo del que se dispone?
- ¿Existe coherencia entre el sonido y la imagen?

b) Aspecto Técnico

- Significado de Encuadres
- Composición usual desde el punto de vista funcional
- Iluminación (justificación de fuentes de luz y atmósfera)
- Tiempos: de transición, reales, psicológicos
- Audio: efectos, relación con la imagen, uso de micrófonos, música, - texto, etc.
- Movimientos: actores, cámaras y switcher (T.V.)
- Montaje y Edición

c) Asesoría

Así como en algunas áreas se pide un asesor, en esta Opción Terminal también deberá supervisarse el trabajo en sus diferentes etapas.

Esto, aparte de poder tener la oportunidad de corregir sobre la marcha, permite la verificación del proceso del trabajo ya que puede prestarse a que el interesado tenga hecho ya, de antemano, la realización del trabajo y entonces su participación se vería dudosa.

El papel del asesor consistiría en que el nivel de síntesis, la fundamentación, idea central, postura crítica ...etc. (DIDAC pags. 10 y 11) - queden bien claras en el trabajo y se establezcan a lo largo del mismo.

Una vez terminado el trabajo, se entregará la síntesis por escrito y - la filmación o programa grabado, para ser revisado etc.

Lo que se pretende es la correcta verificación de los objetivos planteados inicialmente, con el producto audiovisual presentado. De ninguna manera se pretende ver cuáles son los resultados que de la proyección se desprenderían, ya que eso no es competencia del área de Cine ni de Televisión, sino únicamente estar seguros de que el material en sí y por sí mismo constituye un mensaje estructurado y coherente.

"MARIAS"

CORTOMETRAJE CINEMATOGRAFICO

DOCUMENTAL

Ejemplo para Opción Terminal Práctica
para las Areas de Cine y Televisión.

EJEMPLO DE OPCION TERMINAL

AREAS: CINE Y TELEVISION

Cortometraje Cinematográfico:

Formato: 16mm.

Color: Kodachrome (reversible)

Sonido: Optico (Narrador y posta musical)

Tiempo de duración-pantalla: 25 minutos

Copiado compuesto: Efecto color y blanco y negro

TEMA: Proceso de migración indígena campo-ciudad.

Idea Original: Informar y concientizar acerca del fenómeno real y problemático conocido como "El Caso de las Marias".

SINOPSIS ARGUMENTAL:

A fines de la década de los sesentas, comenzó a invadir la ciudad - de México una cantidad creciente de mujeres indígenas que se dedicaban a vender fruta y dulces en las aceras. Causaron sorpresa por su identidad étnica, su ubicuidad y su extrema pobreza. Las "Marias" - carecen de escolaridad, apenas hablan castellano, viven en pésimas condiciones y sostienen con su venta a sus familias, pues sus maridos se encuentran subempleados.

En el presente trabajo (realización fílmica) se analiza el movimiento migratorio de indígenas mazahuas y otomíes de cuatro poblados hacia la ciudad de México.

Realización de la Investigación:

Dra. Lourdes Arizpe S. (Colegio de México) Antropóloga Social Directora de la Investigación.

Colabs. principales:

Dr. Gonzalo Aguirre Beltrán (Idea Original) Instituto Nacional de - Antropología e Historia.

Dirección General: Dr. Guillermo Bonfil. Estudios Sociológicos de - El Colegio de México.

Equipo de Investigadores: Prof. Fernando Cámara (Trabajo de Campo).

Dirección y Diseño: Antropóloga Lourdes Arizpe S.

Antropólogos y Pasantes:

Blanca Irma Alonso, Efraín Cortés, Carlos García Mora y Lilia González.

Colaboradores en las comunidades:

Gobierno del Estado de México, Lic. Adalberto Saldaña, Sr. Salomón Vázquez, Sr. Anacleto Salinas, Sr. Luis Cruz, Sr. Ernesto Pedraza, Sr. Antonio Sánchez y Maestra Lucía Lino.

Opiniones al trabajo:

Sociólogo Rodolfo Peltier, Socióloga Ana Galván y Demógrafo Agustín Porras.

Asesores Especiales:

Idea Original para la realización cinematográfica:

Jaime Ponce Barandica

Diseño de la Preproducción: Eric Krohnengold, Pablo Ocampo y Jaime Ponce

Realización: Eric Krohnengold, Pablo Ocampo y Jaime Ponce

Posproducción: Eric Krohnengold, Pablo Ocampo y Alejandro Parodi

Diseño de Montaje: Jaime Ponce

Música y Montaje Musical: Alejandro Garnica

Textos y Voz Narrativa: Lucía Paillés

Grabaciones y Transfer: Lab. Rodríguez. Ing. Rodríguez

Edición: Pablo Ocampo y Eric Krohnengold

Asesoría a la Realización Cinematográfica: Jaime Ponce

Asesoría a la Preproducción: Lic. José M. Gamboa (Sociología U.I.A.), Dra. Lourdes Arizpe (Colegio de México), Amparo Sevilla (Instituto del Folklore, Unidad del Bosque).

Asesoría a la Realización: Lucía Paillés (Fac. Filosofía y Letras, U.N.A.M.), Alejandro Garnica (Comunicación U.I.A.)

Diseño de Créditos: Sr. Arthur Krohnengold

Rodolfo Stevenhagen, Claudio Stern, José Luis Reyna y Orlandia de Oliveira.

ARGUMENTO DIVIDIDO EN SECUENCIAS:

I

Además de intentar un modelo descriptivo de un proceso, se -- pretende un reportaje: asentar cuántos migrantes salen del pueblo -- cada año, su destino, sus ocupaciones, niveles de ingreso y forma -- de vida en la ciudad.

Es la primera vez que, con la horosa excepción de las tehua-- nas, se ven por las calles de México a indígenas vestidas de indíge-- nas. Además, son especialmente conspicuas porque llevan a cabo to-- das sus actividades de venta y mendicidad en la vía pública. Extra-- ña que estas mujeres deambulen libremente por las calles sin la com-- pañía del esposo, contrariando la norma social indígena.

II

Varios factores han influido en afocar el ojo público hacia -- las "Marías" y en institucionalizarlas como grupo social. Por una -- parte, fue decisivo el interés de los medios de comunicación, sobre -- todo a partir de 1970, cuando las dimensiones y visibilidad del fe-- nómeno atrajeron la atención y preocupación del público y las auto-- ridades.

Por otra parte, ya desde el régimen del presidente Adolfo Ló-- pez Mateos se había creado en la Dirección General de Mercados la -- "Unión de Marías". Posteriormente se les agrupó también en la CNOP. En 1971 el Departamento del D.F., a raíz de una encuesta realizada, estableció el Centro de Capacitación para Marías.

Ahora bien, el término Marías es demasiado amplio y cubre dis-- tinciones muy significativas para una investigación de Antropología -- Social. Identifica como tal a cualquier mujer que porta un traje in-- dígena. Pero en realidad son cinco grupos étnicos: Mazahuas, (estas -- son las propiamente llamadas "Marías"), Otomíes, Otomíes del munici-- pio de Amealco, Nehuas y Marías urbanas (postizas).

III

Situación geográfica e histórica (tiempo actual).

Panorámicas y descripciones en detalle de los municipios del -- grupo Mazahua, Estado de México: Ixtlahuaca, Atlacomulco Temascal-- cingo y San Felipe del Progreso. Poblaciones: Santo Domingo de Guz-- mán, San Antonio Pueblo Nuevo, Providencia, Santiago Mezquititlán.

Datos estadísticos para situar condiciones económicas y socia-- les:

A partir de 1930 el índice de natalidad en los tres munici---

pios ha sido alto en forma impresionante: las mujeres que en 1960 - tenían 50 años o más tuvieron un promedio de 7.3 hijos en Ixtlahuaca, 7.7 en San Felipe del Progreso y 7.8 en Amealco. Sin embargo, - la mortalidad infantil ha sido sumamente alta: en 1960 fue de 94 en San Felipe del Progreso y 67 en Ixtlahuaca.

Se calcula el costo de la vida rural por familia en el municipio de Ixtlahuaca en \$40.54 diarios y en el de San Felipe del Progreso en \$36.46. Estas cantidades contrastan agudamente con el salario real para el peón de campo, que es de \$10.00 ó \$12.00 en ambos municipios. En Ixtlahuaca el 34.8% de la población económicamente - activa declaró ingresos menores de \$199.00 al mes, cifra casi idéntica en Amealco, con 34.7%, pero mucho mayor en San Felipe del Progreso con 46.7%. Esto significa que obtiene como ingresos una sexta parte del costo de la vida.

Estructura ocupacional:

La mayor parte de la población económicamente activa está dedicada a la agricultura. Pero esto no quiere decir que toda esta población posea tierras: incluye tanto propietarios como ejidatarios y jornaleros. El 30% de los agricultores carece de tierras. En números absolutos: 20,408 peones asalariados deben sobrevivir mediante los ingresos del jornal de \$12.00 diarios o de la extracción de --- raíz de zacatón -industria local o del comercio ambulante y los ser vicios-. Puede juzgarse fácilmente que aquí se origina la importancia que tiene el trabajo estacional en la ciudad de México.

Señalan ya los factores de expulsión de migrantes a nivel estructural: un alto crecimiento demográfico, un bajo nivel de vida y la ausencia de industrias que creen empleos fuera de la agricultura.

IV

En consecuencia, para la subsistencia de las familias se hizo indispensable la emigración temporal o permanente de algunos de sus miembros. Pero este constante ir y venir, por su amplitud e intensidad, produjo ya para 1960 una retroalimentación en dirección de la comunidad en cuanto a valores y actitudes que han provocado una rápida aculturación de los mazahuas.

Otros motivos para emigrar: el deseo de educarse, el aburrimiento de la vida del pueblo, la necesidad de una mejor alimentación.

V

La mayoría de las mujeres indígenas que venden fruta en las - calles de México provienen de San Antonio Pueblo Nuevo. Es un caso interesante ya que además de presentar las mismas presiones estruc-

turales como factores de expulsión en la emigración, muestra la importancia de lo contingente en un proceso social. Los conflictos políticos periódicos en el pueblo han actuado como factores precipitantes de expulsión de grupos numerosos de migrantes.

Pueblo Nuevo, conserva todavía grandes extensiones cubiertas por la planta del zacatón, cuya raíz se industrializa y se vende. De ella se hacen cepillos y escobas; se dice también que se usa como componente de la pólvora.

La gente del pueblo resiente todavía la intrusión del mestizo y de la cultura nacional. El mazahua es todavía el idioma que se habla en comercios y en la calle.

En 1949, la emigración masiva de familias a la ciudad de México alivió la presión demográfica sobre las tierras. Esta emigración se debió a una lucha violenta por el control del ejido y las tierras de zacatón. Por esos años, los indígenas se dividieron en dos facciones: una dirigida por Don Anastasio Pineda, presionaba por mantener sin parcelar el ejido, con objeto de conservar las plantaciones de raíz de zacatón para su control colectivo. El otro bando encabezado por Eulalio Gutiérrez pugnaba, en cambio por la parcelación.

Los dos grupos explicaron su posición. Don Anastasio quiso mantener sin dividir las plantaciones ejidales a fin de evitar su explotación indiscriminada. En Providencia se ven claramente los resultados de la acción contraria: al parcelarse los terrenos ejidales donde crecían las plantas de zacatón, los dueños de las parcelas acabaron irremediablemente con ellas al extraerlas con demasiada rapidez, y en seguida comenzaron a plantar maíz lo que agotó las tierras muy pronto. Actualmente tienen que ir a Pueblo Nuevo a alquilarse como peones sacando la raíz en los terrenos ejidales. De esta manera, gracias a que se evitó la parcelación y se reguló estrictamente la extracción de la raíz, Pueblo Nuevo es ahora la única comunidad de la zona donde la venta de este producto es todavía de importancia. Afirma Don Anastasio que los del otro grupo querían la parcelación sólo para vender sus parcelas.

El conflicto estalló con violencia en 1949 y se afirma que hubo alrededor de 100 asesinados. Incluso se mandó llamar un batallón del ejército estacionado en Toluca. Finalmente triunfó la facción de Don Anastasio y se vieron forzadas a salir del pueblo todas las familias que habían apoyado a Eulalio Gutiérrez. Eran estas familias indígenas muy tradicionalistas, que jamás habían viajado fuera de su pueblo y este hecho ha sido de suma importancia en relación a su integración a la ciudad. Otro hecho crucial es que a las viudas de los hombres muertos les fueron arrebatadas las tierras con el pretexto de que ellas y sus hijos pequeños no podrían sembrarlas.

Esto significa que abruptamente 50 ó 60 viudas con sus hijos se encontraron sin posibilidades de sostenerse económicamente en el pueblo. Y emigraron casi en su totalidad a la ciudad de México.

VI

Algunas familias de Pueblo Nuevo, sobre todo a principios de la década de los sesentas, vendieron sus tierras y se desplazaron - al Distrito Federal. Las causas de este fenómeno, aducidas en las - entrevistas se repiten incesantemente: la esperanza -en su mayor -- parte mal fundada-, de encontrar un ingreso superior permanente, y, la desesperanza que produce una vida sin futuro en el pueblo. Son - conscientes de que está obstruida la vía de ascenso económico a la mayoría de los campesinos indígenas.

VII

La diferenciación socioeconómica entre un grupo minoritario - generalmente mestizo- que controla las actividades comerciales y - la población mayoritaria de campesinos indígenas se acentuó en las últimas dos décadas en las comunidades debido a dos tipos de factores. Los que se asocian al minifundismo: 1) el notable crecimiento demográfico de la población; 2) la reducción del tamaño de las parcelas al repartirse a los hijos según el patrón cultural de dar a - cada hijo un pedazo de tierra, por pequeño que sea; 3) el agotamiento de la tierra por el cultivo intensivo; 4) la baja productividad por tecnología muy pobre; 5) la falta de créditos para conseguir -- yuntas, maquinaria y fertilizantes; 6) la descapitalización de los campesinos indígenas por el gasto ritual, y los factores que han favorecido una creciente centralización del comercio de los productos agrícolas: la apertura de las carreteras, en 1945 a Santo Domingo y de brechas, en 1952 a Pueblo Nuevo, en 1956 a Providencia, en 1962 a Mezquititlan.

VIII

En la estancia en la ciudad, por lo tanto, su interés principal es obtener los mayores ingresos posibles en el tiempo más corto. Es por eso que la permanencia de los migrantes indígenas estacionales y temporales en la ciudad se caracteriza por la búsqueda - de ocupaciones que proporcionen los ingresos más altos y que puedan tomarse y dejarse en cualquier momento.

El papel de las esposas vendiendo fruta o chicles en las calles queda incluido dentro de esta búsqueda de opciones más remunerativas.

IX

Una colocación socioeconómica en sí no produce un comportamiento: son los valores sociales que emanan de dicho estatus los -- que directamente moldean el comportamiento de los individuos que lo ocupan. Si dicho comportamiento encuentra confirmación en el sistema social se continuará; si no, habrá un cambio en los valores.

X

A los migrantes, principalmente "Marías", se les encuentra agrupada en las colonias cercanas al Puente de Nonoalco; en el Cuadrante de San Francisco, sobre la Avenida Taxqueña en Coyoacán; en Mixcoac en las colonias Alfonso XIII, Molino de Rosas y Olivar del Conde. En algunos lugares como el Cuadrante de San Francisco, las -- familias indígenas que vienen por cortas temporadas pagan \$1.50 por noche por dormir.

Las condiciones de las viviendas son deplorables. Cuartuchos miserables y descascarados por la humedad, apenas con luz eléctrica en las vecindades; en las ciudades perdidas, barracas hechas de tablas y láminas. A pesar de ello, muchos expresaron que viven mejor así que en el pueblo donde tenían que caminar medio día para ir por agua.

Su posición socioeconómica está dada por la estructura ocupacional urbana y no por sus características culturales.

Totalmente marginados, sin posibilidad de movilidad social y económica, necesitan del apoyo de su grupo étnico en la ciudad y -- así, en vez de perderlas, reafirman su identidad étnica.

Por lo tanto, en términos amplios puede decirse que no son po bres por ser indígenas sino por ser marginales.

Es de vital importancia comprender este hecho, ya que refuta por completo la noción de que integrando culturalmente a las "Ma--- rías" mejora o agrava ligeramente su situación social, pero en últi ma instancia no la determina.

TRATAMIENTO DOCUMENTAL:

Obedece a dos definiciones:

- a) Relación de sucesos importantes representados por medios audiovisuales que permiten un análisis detallado para propiciar un conocimiento.
- b) Documental científico: Se basa en los elementos planteados por Dziga Vertov: Cine-Ojo, Cine-Oído y Cine-Verdad. La cámara se convierte en un microscopio y telescopio del tiempo, el espacio, los objetos, las personas o todo sujeto de investigación. Mostrará en detalle todo fenómeno comprobado científicamente.

CARACTER DEL DOCUMENTAL:

Didáctico-político: en la medida en que pretende mostrar, enseñar en forma general, tomar partido y razonar para sacar conclusiones acerca de un problema real contemporáneo.

DELIMITACION DEL PROBLEMA:

En Espacio Geográfico: Lugar de origen de los migrantes, trayectoria y lugar de llegada y establecimiento ya sea temporal o definitivo.

En tiempo: Año de 1949 a 1977, ciudad de México, D.F.

METODOLOGIA:

Localización de fuentes de información.

Confirmación de los datos proporcionados por las fuentes.

Elaboración (síntesis) argumental-cinematográfica

Decoupage

Realización

Posproducción

Copiado de rushes en blanco y negro.

Primer corte (rushes en blanco y negro).

Grabación en cinta de 1/4 música

Grabación en cinta de 1/4 voz

Transfer a cinta de 16mm

Corrección de sincronización, para confirmar montaje seleccionado

Regrabación y sincronización en estudios

Transfer a sonido óptico y copiado

Copiado compuesto (imagen en color y sonido óptico)

Copia definitiva con corrección de color.

Montaje: RITMICO:

En este montaje al determinar la longitud de los fragmentos, el contenido del cuadro es un factor que posee los mismos derechos de consideración.

La determinación abstracta de la longitud de las piezas.

La longitud efectiva no coincide aquí con la longitud matemáticamente determinada del fragmento según una fórmula métrica, si no que su longitud real se deriva de las peculiaridades del fragmento y de la longitud planeada según la estructura de la secuencia.

Resulta imposible hallar aquí casos de una completa identidad métrica de los fragmentos y de su compás rítmico, obtenido a través de una combinación de los fragmentos según su contenido. Se obtiene aquí tensión efectiva por aceleración, al acortar los fragmentos, no sólo en conformidad con el plan fundamental sino, también violando dicho plan. La violación más efectiva consiste en introducir material más intenso en un tiempo fácilmente distinguible. Un claro ejemplo de esto es la secuencia de "las gradas de Odesa" en Potemkin (Eisenstein). En esta secuencia el rítmico redoblar de los pies de los soldados al bajar los escalones violan todas las exigencias métricas. Este redoblar que no está sincronizado en el ritmo de los cortes, llega a destiempo siempre, y la misma secuencia es diferente en su solución a cada nueva aparición. Serguei Mijailovich Eisenstein.

FUENTES: Para el montaje: Marcel Martin, Karel Reisz, Rafael G. Sánchez, Noel Burch y Serguei Mijailovich Eisenstein.

CREATIVIDAD EN EL MONTAJE: Afirmación del montaje RÍTMICO con la intercalación de las teorías de las Atracciones de Feria de S.M. Eisenstein. Consistente, básicamente, en atraer la atención del público por medio de una imagen diferente cada determinado tiempo medido cronométricamente según las soluciones del montaje seleccionado.

(El sistema de montaje puede ser seleccionado entre seis diferentes acotados hasta la actualidad en el cine mundial, todos se encuentran basados en las teorías de los realizadores soviéticos).

MATERIALES Y EQUIPO:

2000 pies de película Kodachrome (reversible).

Filmación total en exteriores día.

2 carretes de cinta magnética de 1/4.

2 carretes de cinta magnética de 16mm.

2 bobinas de sonido óptico.

2000 pies de película blanco y negro para copiado de rushes.

Equipo:

2 cámaras de 16mm. (Beaulieu y Bolex)

2 Tripies

1 Cabeza hidráulica (fluida)

1 Grabadora Nagra (Sincrónica)

2 coches

Tiempo de Producción: 2 meses

Tiempo de Realización: 2 semanas

Tiempo de Posproducción: 3 semanas
Copiado final: 2 copias (la primera defectuosa)

OBJETIVO DEL TRABAJO:

Nivel a que se manejó la información:

Población urbana

Para informarle sobre el fenómeno de la migración campo-ciudad y específicamente el "CASO MARIAS"

Nivel de educación: Secundaria.

Argumento: Concientización de un fenómeno socioeconómico y político que afecta a las grandes ciudades del país, principalmente al D.F.

BIBLIOGRAFIA

- Arguello, Omar. "Migración y cambio estructural". 1972
Documental presentado en la Tercera Reunión del grupo de Trabajo
sobre Migraciones Internas. CLACSO. Dic.
- Barth, Frederik. "Models of Social Organization" 1969
Occasional Paper of the Royal Anthropological Society. London.
- Blalock, H. y Ann Blalock, eds. Methodology in Social Research.
McGraw Hill, 1968, New York.
- Bonfil, Guillermo. "El concepto de indio en América: una categoría
de la situación colonial". Anales de Antropología. U.N.A.M.
México. 1972.
- Cardoso, Fernando H. y Enzo Faletto. "Dependencia y desarrollo en -
América Latina". Siglo XXI, edits, México. 1972.
- Centro de Investigaciones Agrarias. "Estructura agraria y desarro--
llo agrícola en México". Centro de Investigaciones Agrarias. Méxi--
co. I 1970.
- Dirección de Estadística del Estado de México. "Panorámica Socioeco-
nómica del Estado de México". Gobierno del Estado de México. 1970.
- Dirección General de Estadística. "Censo del Estado de México". ---
DGE. 1960.
- Censo General de Población. DGE. México. 1970.
- Fabila, A. "Los Ejidos del Estado de México". Imprenta del Estado -
de México.
- Germani, Gino. "Asimilación de inmigrantes en el medio urbano" en -
Sociología de la modernización. Paidós. Argentina. 1969.
- Margulis, M. "Migración y marginalidad en Argentina". Paidós. Argen-
tina. 1972.
- Muñoz, H. Orlandina de Oliveira y Claudio Stern. "Migración y margi-
nalidad Ocupacional en la ciudad de México". El perfil de México en
1980. Siglo XXI, México. 1972.
- Peltier, R. y Ana Galván. "Estudio Socioeconómico de vendedores am-
bulantes". Copia de Trabajo. 1971.
- Oliveira, O. de y Claudio Stern. "Notas acerca de la Teoría de las
migraciones. Aspectos Sociológicos". Migración y desarrollo. Conse-
jo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Buenos Aires. 1972.

- Stavenhagen, R. "Sociología y Subdesarrollo", Ed. Nuestro Tiempo. México. 1972.
- Suárez Contreras, E. "Migración Interna y oportunidades de empleo en la ciudad de México". "El perfil de México en 1980", Siglo XXI Eds. México. 1972.
- Warman, Arturo. "Los Campesinos, hijos predilectos del régimen", Ed. --- Nuestro tiempo. México. 1973.
- Bentley, Eric. "La Vida del Drama", Edit. Paidós. Argentina. 1973.
- Brecht, Bertolt. "La Obra Didáctico Política", Edit. Nueva Visión. 1968.
- Sadoul, Georges. "Historia del Cine Mundial", Edit. Siglo XXI. 1976.
- García Riera, Emilio. "Historia ilustrada del cine mexicano", ERA. 1977.
- Souto, Raimondo. "Cine Documental y Publicitario", Edit. Omega. 1975.
- Burch, Noel. "La Pracia del cine", Edit. Fundamentos. 1975.
- Reisz, Karel. "Técnica del Montaje", Edit. Tauro. 1966.
- Sánchez, Rafael C. "Montaje cinematográfico, arte de movimiento", Universidad Católica de Chile. 1973.
- Martín, Marcel. "Estetica de la expresión cinematográfica", RIALP. 1965.
- Michel, Manuel. "El cine y el hombre contemporáneo", Universidad Veracruzana. 1963.
- Ayala Blanco, Jorge. "La Aventura del cine mexicano", U.N.A.M. 1968.
- Eisenstein, Serguei M. "El Sentido del Cine", Siglo XXI Editrs. 1973.
- Eisenstein, Serguei M. "La Forma en el cine", Edit. Sudamericana. 1965.

Colaboración de la Cineteca Nacional: Las autoridades proporcionaron los stils (fotografías publicitarias), correspondientes a todas aquellas películas que en una u otra forma trataron problemas del campo y la Revolución Mexicana.

NOTA: Las fotografías correspondientes a las "Marías del Cine Mexicano", se usaron en blanco y negro y sirvieron para efectuar las divisiones secuenciales, al mismo tiempo que dieron la pauta para una crítica a la forma falsa en que el cine mexicano ha presentado a la mujer campesina. Las fotografías utilizadas corresponden a las películas: "María Candelaria", (Dolores del Río), "Maclovía", (María Félix y Columba Domínguez), "La Perla" (María Elena Maquez).

NOTA: La Realización Cinematográfica concluida tiene una duración de 25 minutos. Y, representó a la Universidad Iberoamericana en la "V - JORNADA BRASILEIRA DE CURTA METRAGEM" celebrada en la ciudad de Salvador, Bahía, Brasil en Septiembre de 1976.

Recibió como distinción: Primer Diploma de Honor

El lema del Festival fue: Realidad Latinoamericana Actual

En la ciudad de México, D.F., Septiembre de 1977

Jaime Ponce Barandica

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

OPCION TERMINAL PARA EL AREA DE TEORIA E INVESTIGACION

DE LA COMUNICACION (Cuatro Modalidades).

I.- Tesis documental de investigación.

Objetivo: Recopilación, clasificación y análisis de información concerniente a un tema específico, dentro del campo de la investigación de la comunicación.

Paso 1.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACION.

a) Formular de manera breve y clara el tema central sobre el que se realizará la investigación documental.

b) Delimitar el tema, especificando:

- La corriente que se estudiará (funcionalista, marxista, estructuralista; o bien gestalista, conductista, cognoscitivista, psicoanalítica, etc.)

- Los años que abarcará la revisión bibliográfica, autores, revistas.

c) Importancia: Responder a las siguientes preguntas

- ¿Cómo se enclava este tema dentro del campo de la Comunicación?

- ¿Qué repercusiones tiene en el ámbito social?

Paso 2.- RECOPIACION, CLASIFICACION, ANALISIS E INTEGRACION.

a) La recopilación se puede hacer recurriendo a fuentes de la más diversa índole; por ejemplo dentro

de los campos de la comunicación, sociología, antropología, psicología social. Dentro de estos -- campos algunas de las revistas representativas se rían:

Public Opinion Quarterly, Psychological Abstracts, Anthropolical Quarterly, Communications Research, Communications (Inglés y Francés) Journal of Communications, Journal of Social Psychology.

A lo que habría que añadir libros, tesis, etc.

b) La clasificación se realizará por lo menos de acuerdo a los siguientes criterios.

- Temática específica.
- Técnicas empleadas (por ejemplo: entrevistas, - experimentos, observación, etc.)
- Resultados (¿se probó la hipótesis? ¿qué implicaciones se deducen de ellas?)

c) Análisis.

¿Qué acuerdos y/o contradicciones surgen entre -- las explicaciones que los diversos autores dan -- del fenómeno?

Paso 3.- INTERPRETACION DE RESULTADO.

¿Qué consideraciones de tipo teórico y metodológico se sugieren?

Paso 4.- DISCUSION DE LOS RESULTADOS.

¿Si volviera a hacer este trabajo que partes del mismo modificaría para que quedara mejor?

TESIS DOCUMENTAL DE INVESTIGACION CON UN EJEMPLO DESARROLLADO
OBJETIVO: Recopilación, clasificación, análisis y síntesis de la información concerniente a un tema específico, dentro del campo de la investigación de la comunicación.

Paso I EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

a) Formular de manera breve y clara el tema central sobre el que se realizará la investigación documental.

Ejemplo: Recopilación, clasificación, análisis y síntesis de las investigaciones relacionadas con las redes de comunicación y su influencia sobre los procesos de toma de decisiones.

b) Delimitar el tema especificando:

1. La corriente que se estudiará (gestaltista, conductista, psicoanalítica, etc.)

Ejemplo: En este caso estudiaremos el fenómeno antes citado a la luz de la teoría de campo formulada por Kurt Lewin y sus colaboradores (Leavitt, White, Dembo, etc.)

2. Los años que abarcará la revisión bibliográfica.

Ejemplo: 1965-1970.

c) Especificar la importancia del estudio de este tema. ¿Cómo se enclava este tema dentro del estudio de la comunicación?

Ejemplo: El fenómeno de redes de comunicación está íntimamente ligado con la transmisión de información dentro de grupos; por otra parte el proceso de toma de decisiones ha sido visto con frecuencia (Katz y Kahn, 1966) como un proceso de intercambio de información. Podemos añadir, que la comunicación en

ciertos tipos de redes manifiesta características específicas.

Paso II RECOPIACION, CLASIFICACION, ANALISIS Y SINTESIS.

a) La recopilación se puede hacer recurriendo a diversas fuentes (independientemente de los libros que se consulten, el mínimo de artículos requeridos es de 30).

Ejemplo: Entre las revistas que podemos considerar pertinentes para nuestro tema se encuentran: Human Organizations, Communications Research, Human Communication Research, Journal of Applied Psychology, Journal of Social Issues, Journal of Personality & Social Psychology (Algunos números de estas revistas se encuentran en la hemeroteca de la UIA).

b) La clasificación se realizará por lo menos de acuerdo a los siguientes criterios:

- 1) Los modelos teóricos propuestos, variables e hipótesis.
- 2) Las técnicas de investigación empleadas y su evaluación.
- 3) Los resultados (tanto a favor como en contra de la hipótesis).

Ejemplo: 1) Se encontraría sistemáticamente la relación entre el número de personas que participan en una decisión y el tiempo que lleva el tomarla. 2) Se encontraría que en este campo han predominado los estudios realizados mediante técnicas sociométricas y experimentales. 3) De los 30 artículos seleccionados se encontraron 25 que verificaban la relación número de personas-tiempo de toma de decisiones al nivel de pro

babilidad de .05, los cinco estudios restantes ofrecen resultados dudosos.

c) Análisis ¿Qué acuerdos o contradicciones surgen entre las explicaciones que los diversos autores del fenómeno?

Ejemplo: Para algunos autores las redes en forma de Y donde un individuo monopoliza la información requiere de menos tiempo para la toma de decisiones; otros autores matizan esta relación haciendo notar que dicha eficiencia es un fenómeno temporal y que a largo plazo en dichas redes se hace notoria la desmotivación de los integrantes quienes pierden interés en la toma de la decisión.

Paso III INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS ¿QUE CONSIDERACIONES DE TIPO TEORICO Y METODOLOGICO SE SUGIEREN?

Ejemplo: Se sugiere incorporar a la teoría factores tales como ambiente y características de personalidad de los integrantes que considerados por otras teorías han quedado fuera de estos estudios. Metodológicamente, se sugiere hacer uso del experimento de campo mas que del laboratorio, con el fin de lograr naturalidad en la composición y comportamiento de los grupos.

Paso IV DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS ¿SI VOLVIERA A HACER ESTE TRABAJO QUE PARTES DEL MISMO MODIFICARIA PARA QUE QUEDARA MEJOR?



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

II.- Estudio descriptivo o práctica de campo.

Objetivo: Delinear con la mayor precisión metodológica posible las características de individuos, situaciones, grupos, etc.

Paso 1.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACION.

- a) Formular de manera clara y breve el tema central sobre el que se realizará la práctica de campo.
- b) Delimitar el tema especificando:
 - Los grupos que se estudiarán, la temática específica.
 - Las técnicas de recolección de datos.
 - Las técnicas de análisis de datos.
- c) Importancia: Responder a las siguientes preguntas
 - ¿Por qué es importante este estudio dentro del campo de la comunicación?
 - ¿Socialmente?

Paso 2.- ENCUADRAR EL FENOMENO QUE SE VA A DESCRIBIR DENTRO DEL PROCESO DE LA COMUNICACION, MOSTRANDO LOS PUNTOS RELEVANTES.

Paso 3.- SE PUEDE FORMULAR UNA CONJETURA ("HIPOTESIS"), AUNQUE NO ES IMPRESCINDIBLE.

Paso 4.- DESCRIBIR LA TECNICA Y LOS INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCION DE DATOS.

a) Operacionalización de la(s) variable(s).

- b) Selección de escala (s), diseño del guión de entrevistas, diseño de categorías (análisis de contenido).
- c) Número aproximado de categorías y unidades de análisis.
- d) Tiempo aproximado de aplicación.

Paso 5.- ESTUDIO PILOTO (probar en una pequeña muestra el instrumento que se ha diseñado y posteriormente aclarar las modificaciones introducidas).

Paso 6.- MUESTREO O CENSO

- a) Describir las dimensiones cuantitativas de la población.
- b) En caso de muestrear:
 - Especificar la forma en que se obtiene la muestra.
 - Especificar la importancia y la dimensión del error de muestreo.

Paso 8.- ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

- a) Categorías de análisis.
- b) Codificación.
- c) Tabulación.
- d) Análisis descriptivo (media, mediana, moda, etc)
- e) Análisis inferencial (pruebas de significación)

Paso 9.- INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

- a) Observaciones teóricas, metodológicas y/o prácticas del estudio.

b) Implicaciones sociales.

Paso 10) DISCUSION

a) ¿Si volviera a hacer este trabajo que partes del mismo modificaría para que quedara mejor?

ESTUDIO DESCRIPTIVO O PRACTICA DE CAMPO CON UN EJEMPLO DESARROLLADO

Objetivo: Medir con la mayor validez y confiabilidad que sean posibles las características de individuos, situaciones y grupos que se relacionen con el estudio de la comunicación.

Paso I.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACION.

a) Formular de manera clara y breve el tema central de la investigación.

Ejemplo: Perfil de actitudes políticas de los lectores de clase A de los diarios Excelsior y Herald de México.

b) Delimitar el tema especificando:

1. Los grupos que se estudiarán.

Ejemplo: Se seleccionarán al azar tres colonias de clase A (definidas operacionalmente). De cada una de ellas se hará un muestreo al azar.

2. Las técnicas de recolección de datos. Alcances y limitaciones (especificar que tipo de escalas se están usando).

Ejemplo: En este caso se escogió la encuesta con preguntas que siguen el modelo Likert entre algunas de las ventajas que tiene esta técnica podemos mencionar que permite obtener información de grupos numerosos, uno de sus inconvenientes es que no profundiza bastante en las cogniciones que fundamentan la actitud.

3. Las técnicas de análisis de datos. Alcances y limitaciones.

Ejemplo: Independientemente de hacer uso de la estadística descriptiva necesaria para construir el perfil (media, mediana, moda, histogramas, polígonos de frecuencias, etc) aplicaremos una prueba t

para verificar si existen diferencias significativas entre los grupos y una correlación de punto biserial para relacionar el periódico leído con la media de actitudes de cada individuo. La ventaja de usar estas técnicas es que me permitirán verificar si existen o no tales diferencias; el inconveniente pudiera estar en cuanto al incumplimiento de los supuestos estadísticos de la prueba, a lo cual se podría añadir la carencia de una hipótesis teóricamente orientada.

c) Importancia ¿Por qué es importante este estudio dentro del campo de la comunicación?

Ejemplo: Desde la perspectiva de usos y gratificaciones de los medios se ha visto que la gente tiende a recurrir a los medios cuyos contenidos refuerzan sus valores, actitudes, etc.

Paso II.- ENCUADRAR EL FENOMENOS QUE SE VA A DESCRIBIR DENTRO DEL PROCESO DE LA COMUNICACION MOSTRANDO LOS PUNTOS RELEVANTES.

Ejemplo: Se mencionarían entre otras cosas, la importancia de la simetría de actitudes (Newcomb) entre emisor y receptor tiene para el logro de la comunicación.

Paso III.- DEFINIR CONCEPTUALMENTE LAS VARIABLES (Se puede formular una hipótesis aunque no es imprescindible).

Ejemplo: Se definiría el concepto de actitud y de actitud política (sería conveniente definir también las características relevantes del contenido de ambos diarios). En este caso podríamos formular la hipótesis de que existirán diferencias significativas estadísticamente entre la media de actitudes políticas de los lectores de Excelsior y la media de actitudes políticas de los lectores del Herald.

Paso IV.- DESCRIBIR LA TECNICA Y LOS INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCION DE DATOS.

- a) Escalas de la encuesta (con la evidencia que haya de su confiabilidad y validez)
- b) Guión de entrevista, si se hace uso de esta
- c) Categorías, unidades de análisis y de enumeración si se hace uso del análisis de contenido.

Ejemplo: Se seleccionó una escala Likert de 25 reactivos basada en ---- Comrey y Newmeyer (1965). Su confiabilidad es de .70 por el método de - test-retest.

Paso V.- ESTUDIO PILOTO.

Se prueba el instrumento de medición en un pequeño grupo de personas, o bien en una pequeña porción del material que se va a someter al análisis de contenido. Se hacen modificaciones a la escala y se enuncian los criterios a los que obedece la modificación.

Ejemplo: La escala se probó en un grupo de 50 personas comparable al -- que nos interesaba estudiar; los datos obtenidos fueron sometidos a un análisis de consistencia interna, lo que nos llevó a eliminar dos reactivos que mostraron baja correlación con los demás.

Paso VI.- MUESTREO O CENSO.

- a) Describir las dimensiones cuantitativas de la población, en caso de muestrear especificar la forma en que se obtiene la muestra.

Ejemplo: De un total de 800 lectores se sacó una muestra representativa al nivel de 95/5 constituida por 200 lectores para el EXCELSIOR y de -

200 para el HERALDO. Se decidió encuestar sólo a aquella persona que -- compra el diario. (suscrito o no).

Paso VII.- REPORTE DE OBSERVACION A LA APLICACION DEL INSTRUMENTO DE -- RECOLECCION DE DATOS (disposición de los sujetos a contestar, tiempo, -- etc.)

Ejemplo: Se observó que los hombres en general se mostraban bastante -- cooperadores, manifestando abiertamente su posición política; si bien -- fue difícil poderles encuestar dado que se iban al trabajo, se negaban a salir, etc.

Paso VIII.- ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

- a) Categorías de análisis
- b) Codificación
- c) Tabulación
- d) Análisis descriptivo
- e) Análisis inductivo o inferencial

Ejemplo: Nuestras categorías fueron: Conservador, Liberal, Lee Excel--- sior, Lee Herald, Lee otro periódico, No lee ninguno. Codificados y ta bulados los datos se compararon las medias de actitudes y se realizó -- una corelación de punto biserial.

Paso IX.- INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

- a) Observaciones metodológicas
- b) Implicaciones sociales

Ejemplo: La gente no percibió la relación entre la pregunta acerca de -- cual periódico recibían o compraban y las actitudes políticas; lo que --

fue favorable dado que se obtuvieron respuestas más fidedignas.

Paso X.- ¿SI VOLVIERA A HACER ESTE TRABAJO, QUE PARTES DEL MISMO MODIFICARIA PARA QUE QUEDARA MEJOR?



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

III.- Estudio Exploratorio.

Objetivo: En base a fuentes bibliográficas y testimoniales reunir información que nos familiarice con un fenómeno que es nuevo y/o poco estudiado y deducir una hipótesis.

Paso 1.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACION.

- a) Formular de manera clara y breve el tema central sobre el que se realizará el estudio exploratorio.
- b) Delimitar el tema especificando:
 - El contexto en el que surge el fenómeno.
 - La razón de la falta de información sobre él.
 - El tipo de hipótesis (correlacional o causal) que se aspira a formular.
- c) Importancia: Responder a las siguientes preguntas:
 - ¿Por qué es importante este estudio dentro del -- campo de la comunicación?
 - ¿Socialmente?

Paso 2.- ¿QUE ELEMENTOS DEL PROCESO DE LA COMUNICACION LIGA RA LA HIPOTESIS QUE SE PIENSA LLEGAR A FORMULAR?

Paso 3.- METODOLOGIA.

- a) Investigación documental (revisión bibliográfica).
 - Señalar las fuentes consultadas.
 - Registro de las citas que de manera directa e indirecta se refieran al fenómeno bajo estudio.
- b) Entrevistas.

- Selección de fuentes testimoniales.
- Elaboración del guión de la entrevista.
- Recolección de información.

Paso 4.- ANALISIS Y SINTESIS DE LA INFORMACION RECOPIADA.

- a) Localización de similitudes y contrastes entre la información documental y la testimonial.
- b) Señalar las variables que se hayan localizado.
- c) Formular cuando menos dos hipótesis señalando:
 - Las definiciones conceptuales de los términos.
 - Las posibles operacionalizaciones de los términos.
 - Lineamientos generales de como verificar la hipótesis.

Paso 5.- INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

- a) Observaciones metodológicas.
- b) Implicaciones sociales.

Paso 6.- DISCUSION.

¿Si volviera a hacer este trabajo que partes del mismo modificaría para que quedaran mejor?

Ejemplo: Un problema-tipo que podría ser estudiado para desarrollar esta opción sería el que planteara incógnitas acerca de la mentalidad campesina (características psicosociales) que tuvieran relación con la comunicación. La falta de fuentes bibliográficas al respecto y de investigación empírica en el campo haría necesaria la consulta a expertos. El estudio exploratorio tiene que centrarse en la relevancia del tema estudiado.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

IV.- Estudio de verificación de hipótesis. (Sin ejemplo)

I.- EL PROBLEMA

- 1.- Presentación clara, con afirmaciones breves del problema, incluyendo conceptos definidos donde fuera necesario.
- 2.- Mostrar que el problema está limitado por restricciones susceptibles de tratamiento a prueba.
- 3.- Describir la importancia del problema con referencia a una o más de los siguientes criterios.

- a) Es oportuno.
- b) Está relacionado con un problema práctico.
- c) Se refiere a una amplia población.
- d) Se refiere a una población que es factor real de poder o que se encuentra en una situación crítica.
- e) Llena una laguna de investigación.
- f) Permite generalizaciones aplicables a amplios principios de interacción social o teoría general.
- g) Afina la definición de un concepto o relación importante.
- h) Tiene muchas implicaciones para un amplio rango de problemas prácticos.
- i) Puede crear o mejorar un instrumento para la observación y el análisis de los datos.
- j) Proporciona posibilidades para una exploración fructífera con técnicas conocidas.

II.- MARCO TEORICO DE TRABAJO.

- 1.- Describir la relación del problema con un marco teórico de trabajo.
- 2.- Demostrar la relación del problema con investigaciones anteriormente realizadas.
- 3.- Deducción de un modelo rector.
- 4.- Presentación de hipótesis alternativas consideradas factibles dentro del marco teórico de trabajo.

III.- LAS HIPOTESIS.

- 1.- Establecer claramente las hipótesis seleccionadas para la prueba.
- 2.- Definir conceptos o variables.
 - a) Las variables dependientes y las independientes deben distinguirse unas de otras.
 - b) Especificar las escalas, en las que las variables se van a medir (cuantitativas, semicuantitativas, cualitativas).

IV.- DISEÑO.

- 1.- Describir el diseño, con especial atención al control de variables.
- 2.- Especificar las pruebas estadísticas, incluyendo las tablas que se utilizarán en cada prueba.
 - a) Especificar el nivel de confianza deseado. (De hecho con el que se va a trabajar).

V.- PROCEDIMIENTO DE MUESTREO.

1.- Describir las muestras,

- a) Especificar para qué población serán aplicables las hipótesis.
- b) Explicar y determinar el criterio a seguir para establecer el tamaño y tipo de la muestra.

2.- Especificar el método de sorteo o selección de la muestra.

VI.- TECNICA DE LA OBTENCION DE DATOS.

1.- Puntos a desarrollar en la descripción de cuestionarios o cédulas si son usados en la investigación:

- a) Número aproximado de preguntas que se van a hacer mediante el cuestionario.
- b) Tiempo necesario para la entrevista.
- c) Pruebas preliminares de la entrevista y los resultados.

2.- Puntos a desarrollar en la descripción del procedimiento de la entrevista, si ésta es usada:

- a) Medios de obtener la información. Por ejemplo: entrevista directa, toda o en parte por correo, teléfono u otros medios.
- b) Características particulares que deben poseer los entrevistadores o necesidad de impartir a dichos entrevistadores cierto tipo de enseñanzas antes de la encuesta.

3.- En caso de experimento.

- a) Describir los estímulos, sujetos, medio ambiente y respuestas, en función de los objetos, eventos y propiedades necesarias para su especificación.

b) Describir cómo se llevará a cabo el control de variables intervinientes.

4.- En caso de análisis de contenido.

a) Señalar: el universo que se estudiará.

b) Las categorías utilizadas.

c) Las unidades de análisis.

d) Las unidades de enumeración.

e) Las unidades de contexto.

5.- Describir el uso que se va a hacer del estudio piloto, las pruebas preliminares.

a) Importancia del control de los rechazos, error de las respuestas, falsa información.

VII.- ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

1.- Técnicas específicas de análisis.

a) Uso de las diferentes técnicas estadísticas.

- descriptivas.

- inferenciales.

VIII.- INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

1.- Examinar en qué forma se comprobarán las conclusiones y se enriquecerá la teoría ó cuerpo teórico utilizado.

2.- Examinar las implicaciones sociales del trabajo.

IX.- DISCUSION DE LAS LIMITACIONES TEORICAS Y PRACTICAS DEL TRABAJO.

1.- Preparar la guía de trabajo con las estimaciones de tiempo y presupuesto. (Ruta crítica)

- a) Planeación.
- b) Estudio piloto y pruebas preliminares.
- c) Diseño de la muestra.
- d) Preparación de los materiales de observación.
- e) Selección y entrenamiento del personal.
- f) Plan experimental.
- g) Revisión de los planes.
- h) Recolección de los datos.
- i) Preparación del informe final.

2.- Estimar el total de hombres-hora y costos.

NOTA A LA OPCION DE VERIFICACION DE HIPOTESIS: ESTA OPCION TERMINAL SIGUE LOS MODELOS TRADICIONALES Y CORRESPONDE EN MAYOR O MENOR MEDIDA A LAS TESIS ELABORADAS DENTRO DEL DEPARTAMENTO. (Se recomienda ver las tesis de Alicia Martín del Campo (1975), Patricia Arriaga (1975)).

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

OPCION TERMINAL PARA EL AREA DE TEORIA E INVESTIGACION

DE LA COMUNICACION (Cuatro Modalidades).

I.- Tesis documental de investigación.

Objetivo: Recopilación, clasificación y análisis de información concerniente a un tema específico, dentro del campo de la investigación de la comunicación.

Paso 1.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACION.

a) Formular de manera breve y clara el tema central sobre el que se realizará la investigación documental.

b) Delimitar el tema, especificando:

- La corriente que se estudiará
(funcionalista, marxista, estructuralista; o --
bien gestalista, conductista, cognoscitivista,
psicoanalítica, etc.)

- Los años que abarcará la revisión bibliográfica, autores, revistas.

c) Importancia: Responder a las siguientes preguntas

- ¿Cómo se enclava este tema dentro del campo de la Comunicación?

- ¿Qué repercusiones tiene en el ámbito social?

Paso 2.- RECOPIACION, CLASIFICACION, ANALISIS E INTEGRACION.

a) La recopilación se puede hacer recurriendo a fuentes de la más diversa índole; por ejemplo dentro

de los campos de la comunicación, sociología, antropología, psicología social. Dentro de estos -- campos algunas de las revistas representativas se rían:

Public Opinion Quarterly, Psychological Abstracts, Anthropolical Quarterly, Communications Research, Communications (Inglés y Francés) Journal of Communications, Journal of Social Psychology.

A lo que habría que añadir libros, tesis, etc.

b) La clasificación se realizará por lo menos de acuerdo a los siguientes criterios.

- Temática específica.
- Técnicas empleadas (por ejemplo: entrevistas, - experimentos, observación, etc.)
- Resultados (¿se probó la hipótesis? ¿qué implicaciones se deducen de ellas?)

c) Análisis.

¿Qué acuerdos y/o contradicciones surgen entre -- las explicaciones que los diversos autores dan -- del fenómeno?

Paso 3.- INTERPRETACION DE RESULTADO.

¿Qué consideraciones de tipo teórico y metodológico se sugieren?

Paso 4.- DISCUSION DE LOS RESULTADOS.

¿Si volviera a hacer este trabajo que partes del mismo modificaría para que quedara mejor?

TESIS DOCUMENTAL DE INVESTIGACION CON UN EJEMPLO DESARROLLADO
OBJETIVO: Recopilación, clasificación, análisis y síntesis de la información concerniente a un tema específico, dentro del campo de la investigación de la comunicación.

Paso I EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

a) Formular de manera breve y clara el tema central sobre el que se realizará la investigación documental.

Ejemplo: Recopilación, clasificación, análisis y síntesis de las investigaciones relacionadas con las redes de comunicación y su influencia sobre los procesos de toma de decisiones.

b) Delimitar el tema especificando:

1. La corriente que se estudiará (gestaltista, conductista, psicoanalítica, etc.)

Ejemplo: En este caso estudiaremos el fenómeno antes citado a la luz de la teoría de campo formulada por Kurt Lewin y sus colaboradores (Leavitt, White, Dembo, etc.)

2. Los años que abarcará la revisión bibliográfica.

Ejemplo: 1965-1970.

c) Especificar la importancia del estudio de este tema. ¿Cómo se enclava este tema dentro del estudio de la comunicación?

Ejemplo: El fenómeno de redes de comunicación está íntimamente ligado con la transmisión de información dentro de grupos; por otra parte el proceso de toma de decisiones ha sido visto con frecuencia (Katz y Kahn, 1966) como un proceso de intercambio de información. Podemos añadir, que la comunicación en

ciertos tipos de redes manifiesta características específicas.

Paso II RECOPIACION, CLASIFICACION, ANALISIS Y SINTESIS.

a) La recopilación se puede hacer recurriendo a diversas fuentes (independientemente de los libros que se consulten, el mínimo de artículos requeridos es de 30).

Ejemplo: Entre las revistas que podemos considerar pertinentes para nuestro tema se encuentran: Human Organizations, --- Communications Research, Human Communication Research, Journal of Applied Psychology, Journal of Social Issues, Journal of Personality & Social Psychology (Algunos números - de estas revistas se encuentran en la hemeroteca de la UIA).

b) La clasificación se realizará por lo menos de acuerdo a -- los siguientes criterios:

- 1) Los modelos teóricos propuestos, variables e hipótesis.
- 2) Las técnicas de investigación empleadas y su evaluación.
- 3) Los resultados (tanto a favor como en contra de la hipótesis).

Ejemplo: 1) Se encontraría sistemáticamente la relación entre el número de personas que participan en una decisión y el --- tiempo que lleva el tomarla. 2) Se encontraría que en este -- campo han predominado los estudios realizados mediante técnicas sociométricas y experimentales. 3) De los 30 artículos se leccionados se encontraron 25 que verificaban la relación número de personas-tiempo de toma de decisiones al nivel de pro

babilidad de .05, los cinco estudios restantes ofrecen resultados dudosos.

c) Análisis ¿Qué acuerdos o contradicciones surgen entre las explicaciones que los diversos autores del fenómeno?

Ejemplo: Para algunos autores las redes en forma de Y donde un individuo monopoliza la información requiere de menos tiempo para la toma de decisiones; otros autores matizan esta relación haciendo notar que dicha eficiencia es un fenómeno temporal y que a largo plazo en dichas redes se hace notoria la desmotivación de los integrantes quienes pierden interés en la toma de la decisión.

Paso III INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS ¿QUE CONSIDERACIONES DE TIPO TEORICO Y METODOLOGICO SE SUGIEREN?

Ejemplo: Se sugiere incorporar a la teoría factores tales como ambiente y características de personalidad de los integrantes que considerados por otras teorías han quedado fuera de estos estudios. Metodológicamente, se sugiere hacer uso del experimento de campo mas que del laboratorio, con el fin de lograr naturalidad en la composición y comportamiento de los grupos.

Paso IV DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS ¿SI VOLVIERA A HACER ESTE TRABAJO QUE PARTES DEL MISMO MODIFICARIA PARA QUE QUEDARA MEJOR?

VII.- Estudio descriptivo o práctica de campo.

Objetivo: Delinear con la mayor precisión metodológica posible las características de individuos, situaciones, grupos, etc.

Paso 1.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACION.

a) Formular de manera clara y breve el tema central sobre el que se realizará la práctica de campo.

b) Delimitar el tema especificando:

- Los grupos que se estudiarán, la temática específica.

- Las técnicas de recolección de datos.

- Las técnicas de análisis de datos.

c) Importancia: Responder a las siguientes preguntas

-¿Por qué es importante este estudio dentro del campo de la comunicación?

-¿Socialmente?

Paso 2.- ENCUADRAR EL FENOMENO QUE SE VA A DESCRIBIR DENTRO DEL PROCESO DE LA COMUNICACION, MOSTRANDO LOS PUNTOS RELEVANTES.

Paso 3.- SE PUEDE FORMULAR UNA CONJETURA ("HIPOTESIS"), AUNQUE NO ES IMPRESCINDIBLE.

Paso 4.- DESCRIBIR LA TECNICA Y LOS INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCION DE DATOS.

a) Operacionalización de la(s) variable(s).

b) Selección de escala (s), diseño del guión de entrevistas, diseño de categorías (análisis de contenido).

c) Número aproximado de categorías y unidades de análisis.

d) Tiempo aproximado de aplicación.

Paso 5.- ESTUDIO PILOTO (probar en una pequeña muestra el instrumento que se ha diseñado y posteriormente aclarar las modificaciones introducidas).

Paso 6.- MUESTREO O CENSO

a) Describir las dimensiones cuantitativas de la población.

b) En caso de muestrear:

- Especificar la forma en que se obtiene la muestra.

- Especificar la importancia y la dimensión del error de muestreo.

Paso 8.- ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

a) Categorías de análisis.

b) Codificación.

c) Tabulación.

d) Análisis descriptivo (media, mediana, moda, etc)

e) Análisis inferencial (pruebas de significación)

Paso 9.- INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

a) Observaciones teóricas, metodológicas y/o prácticas del estudio.

b) Implicaciones sociales.

Paso 10) DISCUSION

a) ¿Si volviera a hacer este trabajo que partes del mismo modificaría para que quedara mejor?

9

ESTUDIO DESCRIPTIVO O PRACTICA DE CAMPO CON UN EJEMPLO DESARROLLADO

Objetivo: Medir con la mayor validez y confiabilidad que sean posibles las características de individuos, situaciones y grupos que se relacionen con el estudio de la comunicación.

Paso I.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACION.

a) Formular de manera clara y breve el tema central de la investigación.

Ejemplo: Perfil de actitudes políticas de los lectores de clase A de los diarios Excelsior y Herald de México.

b) Delimitar el tema especificando:

1. Los grupos que se estudiarán.

Ejemplo: Se seleccionarán al azar tres colonias de clase A (definidas operacionalmente). De cada una de ellas se hará un muestreo al azar.

2. Las técnicas de recolección de datos. Alcances y limitaciones (especificar que tipo de escalas se están usando).

Ejemplo: En este caso se escogió la encuesta con preguntas que siguen el modelo Likert entre algunas de las ventajas que tiene esta técnica podemos mencionar que permite obtener información de grupos numerosos, uno de sus inconvenientes es que no profundiza bastante en las cogniciones que fundamentan la actitud.

3. Las técnicas de análisis de datos. Alcances y limitaciones.

Ejemplo: Independientemente de hacer uso de la estadística descriptiva necesaria para construir el perfil (media, mediana, moda, histogramas, polígonos de frecuencias, etc) aplicaremos una prueba t

10
para verificar si existen diferencias significativas entre los grupos y una correlación de punto biserial para relacionar el periódico leído con la media de actitudes de cada individuo. La ventaja de usar estas técnicas es que me permitirán verificar si existen o no tales diferencias; el inconveniente pudiera estar en cuanto al incumplimiento de los supuestos estadísticos de la prueba, a lo cual se podría añadir la carencia de una hipótesis teóricamente orientada.

c) Importancia ¿Por qué es importante este estudio dentro del campo de la comunicación?

Ejemplo: Desde la perspectiva de usos y gratificaciones de los medios se ha visto que la gente tiende a recurrir a los medios cuyos contenidos refuerzan sus valores, actitudes, etc.

Paso II.- ENCUADRAR EL FENOMENOS QUE SE VA A DESCRIBIR DENTRO DEL PROCESO DE LA COMUNICACION MOSTRANDO LOS PUNTOS RELEVANTES.

Ejemplo: Se mencionarían entre otras cosas, la importancia de la simetría de actitudes (Newcomb) entre emisor y receptor tiene para el logro de la comunicación.

Paso III.- DEFINIR CONCEPTUALMENTE LAS VARIABLES (Se puede formular una hipótesis aunque no es imprescindible).

Ejemplo: Se definiría el concepto de actitud y de actitud política (sería conveniente definir también las características relevantes del contenido de ambos diarios). En este caso podríamos formular la hipótesis de que existirán diferencias significativas estadísticamente entre la media de actitudes políticas de los lectores de Excelsior y la media de actitudes políticas de los lectores del Herald.

Paso IV.- DESCRIBIR LA TECNICA Y LOS INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCION DE DATOS.

- a) Escalas de la encuesta (con la evidencia que haya de su confiabilidad y validez)
- b) Guión de entrevista, si se hace uso de esta
- c) Categorías, unidades de análisis y de enumeración si se hace uso del análisis de contenido.

Ejemplo: Se seleccionó una escala Likert de 25 reactivos basada en ---- Comrey y Newmeyer (1965). Su confiabilidad es de .70 por el método de - test-retest.

Paso V.- ESTUDIO PILOTO.

Se prueba el instrumento de medición en un pequeño grupo de personas, o bien en una pequeña porción del material que se va a someter al análisis de contenido. Se hacen modificaciones a la escala y se enuncian los criterios a los que obedece la modificación.

Ejemplo: La escala se probó en un grupo de 50 personas comparable al -- que nos interesaba estudiar; los datos obtenidos fueron sometidos a un análisis de consistencia interna, lo que nos llevó a eliminar dos reactivos que mostraron baja correlación con los demás.

Paso VI.- MUESTREO O CENSO.

- a) Describir las dimensiones cuantitativas de la población, en caso de muestrear especificar la forma en que se obtiene la muestra.

Ejemplo: De un total de 800 lectores se sacó una muestra representativa al nivel de 95/5 constituida por 200 lectores para el EXCELSIOR y de -

200 para el HERALDO. Se decidió encuestar sólo a aquella persona que -- compra el diario. (suscrito o no).

Paso VII.- REPORTE DE OBSERVACION A LA APLICACION DEL INSTRUMENTO DE -- RECOLECCION DE DATOS (disposición de los sujetos a contestar, tiempo, - etc.)

Ejemplo: Se observó que los hombres en general se mostraban bastante -- cooperadores, manifestando abiertamente su posición política; si bien - fue difícil poderles encuestar dado que se iban al trabajo, se negaban a salir, etc.

Paso VIII.- ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

- a) Categorías de análisis
- b) Codificación
- c) Tabulación
- d) Análisis descriptivo
- e) Análisis inductivo o inferencial

Ejemplo: Nuestras categorías fueron: Conservador, Liberal, Lee Excel--- sior, Lee Herald, Lee otro periódico, No lee ninguno. Codificados y ta bulados los datos se compararon las medias de actitudes y se realizó -- una corelación de punto biserial.

Paso IX.- INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

- a) Observaciones metodológicas
- b) Implicaciones sociales

Ejemplo: La gente no percibió la relación entre la pregunta acerca de - cual periódico recibían o compraban y las actitudes políticas; lo que -

fue favorable dado que se obtuvieron respuestas más fidedignas.

Paso X.- ¿SI VOLVIERA A HACER ESTE TRABAJO, QUE PARTES DEL MISMO MODIFICARIA PARA QUE QUEDARA MEJOR?

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

III.- Estudio Exploratorio.

Objetivo: En base a fuentes bibliográficas y testimoniales reunir información que nos familiarice con un fenómeno que es nuevo y/o poco estudiado y deducir una hipótesis.

Paso 1.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACION.

- a) Formular de manera clara y breve el tema central sobre el que se realizará el estudio exploratorio.
- b) Delimitar el tema especificando:
 - El contexto en el que surge el fenómeno.
 - La razón de la falta de información sobre él.
 - El tipo de hipótesis (correlacional o causal) que se aspira a formular.
- c) Importancia: Responder a las siguientes preguntas:
 - ¿Por qué es importante este estudio dentro del campo de la comunicación?
 - ¿Socialmente?

Paso 2.- ¿QUE ELEMENTOS DEL PROCESO DE LA COMUNICACION LIGARA LA HIPOTESIS QUE SE PIENSA LLEGAR A FORMULAR?**Paso 3.- METODOLOGIA.**

- a) Investigación documental (revisión bibliográfica).
 - Señalar las fuentes consultadas.
 - Registro de las citas que de manera directa e indirecta se refieran al fenómeno bajo estudio.
- b) Entrevistas.

- Selección de fuentes testimoniales.
- Elaboración del guión de la entrevista.
- Recolección de información.

Paso 4.- ANALISIS Y SINTESIS DE LA INFORMACION RECOPIADA.

- a) Localización de similitudes y contrastes entre la información documental y la testimonial.
- b) Señalar las variables que se hayan localizado.
- c) Formular cuando menos dos hipótesis señalando:
 - Las definiciones conceptuales de los términos.
 - Las posibles operacionalizaciones de los términos.
 - Lineamientos generales de como verificar la hipótesis.

Paso 5.- INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

- a) Observaciones metodológicas.
- b) Implicaciones sociales.

Paso 6.- DISCUSION.

¿Si volviera a hacer este trabajo que partes del mismo modificaría para que quedaran mejor?

Ejemplo: Un problema-tipo que podría ser estudiado para desarrollar esta opción sería el que planteara incógnitas acerca de la mentalidad campesina (características psicosociales) que tuvieran relación con la comunicación. La falta de fuentes bibliográficas al respecto y de investigación empírica en el campo haría necesaria la consulta a expertos. El estudio exploratorio tiene que centrarse en la relevancia del tema estudiado.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

IV.- Estudio de verificación de hipótesis. (Sin ejemplo)

I.- EL PROBLEMA

- 1.- Presentación clara, con afirmaciones breves del problema, incluyendo conceptos definidos donde fuera necesario.
- 2.- Mostrar que el problema está limitado por restricciones susceptibles de tratamiento a prueba.
- 3.- Describir la importancia del problema con referencia a una o más de los siguientes criterios.

- a) Es oportuno.
- b) Está relacionado con un problema práctico.
- c) Se refiere a una amplia población.
- d) Se refiere a una población que es factor real de poder o que se encuentra en una situación crítica.
- e) Llena una laguna de investigación.
- f) Permite generalizaciones aplicables a amplios principios de interacción social o teoría general.
- g) Afina la definición de un concepto o relación importante.
- h) Tiene muchas implicaciones para un amplio rango de problemas prácticos.
- i) Puede crear o mejorar un instrumento para la observación y el análisis de los datos.
- j) Proporciona posibilidades para una exploración fructífera con técnicas conocidas.

17

II.- MARCO TEORICO DE TRABAJO.

- 1.- Describir la relación del problema con un marco teórico de trabajo.
- 2.- Demostrar la relación del problema con investigaciones anteriormente realizadas.
- 3.- Deducción de un modelo rector.
- 4.- Presentación de hipótesis alternativas consideradas factibles dentro del marco teórico de trabajo.

III.- LAS HIPOTESIS.

- 1.- Establecer claramente las hipótesis seleccionadas para la prueba.
- 2.- Definir conceptos o variables.
 - a) Las variables dependientes y las independientes deben distinguirse unas de otras.
 - b) Especificar las escalas, en las que las variables se van a medir (cuantitativas, semicuantitativas, cualitativas).

IV.- DISEÑO.

- 1.- Describir el diseño, con especial atención al control de variables.
- 2.- Especificar las pruebas estadísticas, incluyendo las tablas que se utilizarán en cada prueba.
 - a) Especificar el nivel de confianza deseado. (De hecho con el que se va a trabajar).

V.- PROCEDIMIENTO DE MUESTREO.

1.- Describir las muestras.

- a) Especificar para qué población serán aplicables las hipótesis.
- b) Explicar y determinar el criterio a seguir para establecer el tamaño y tipo de la muestra.

2.- Especificar el método de sorteo o selección de la muestra.

VI.- TECNICA DE LA OBTENCION DE DATOS.

1.- Puntos a desarrollar en la descripción de cuestionarios o cédulas si son usados en la investigación:

- a) Número aproximado de preguntas que se van a hacer mediante el cuestionario.
- b) Tiempo necesario para la entrevista.
- c) Pruebas preliminares de la entrevista y los resultados.

2.- Puntos a desarrollar en la descripción del procedimiento de la entrevista, si ésta es usada:

- a) Medios de obtener la información. Por ejemplo: entrevista directa, toda o en parte por correo, teléfono u otros medios.
- b) Características particulares que deben poseer los entrevistadores o necesidad de impartir a dichos entrevistadores cierto tipo de enseñanzas antes de la encuesta.

3.- En caso de experimento.

- a) Describir los estímulos, sujetos, medio ambiente y respuestas, en función de los objetos, eventos y propiedades necesarias para su especificación.

b) Describir cómo se llevará a cabo el control de variables intervinientes.

4.- En caso de análisis de contenido.

- a) Señalar: el universo que se estudiará.
- b) Las categorías utilizadas.
- c) Las unidades de análisis.
- d) Las unidades de enumeración.
- e) Las unidades de contexto.

5.- Describir el uso que se va a hacer del estudio piloto, las pruebas preliminares.

- a) Importancia del control de los rechazos, error de las respuestas, falsa información.

VII.- ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

1.- Técnicas específicas de análisis.

- a) Uso de las diferentes técnicas estadísticas.
 - descriptivas.
 - inferenciales.

VIII.- INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

- 1.- Examinar en qué forma se comprobarán las conclusiones y se enriquecerá la teoría ó cuerpo teórico utilizado.
- 2.- Examinar las implicaciones sociales del trabajo.

IX.- DISCUSION DE LAS LIMITACIONES TEORICAS Y PRACTICAS DEL TRABAJO.

- 1.- Preparar la guía de trabajo con las estimaciones de tiempo y presupuesto. (Ruta crítica)

Nombre	Título	Departamento	Siglo
DIRECCION ESCENICA	X	COMUNICACION	CM 329
	Edición	Credito	Requisitos
		4	CM 113
			n°/n°
			4

CCC
AI
0164

OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Analizar la estructura de una escena
- 2 Dirigir a los actores y organizar los elementos de la producción cinematográfica.
- 3
- 4

Temas principales:

- | | | |
|---|---|----------------------------------|
| 1 Manejo del espacio | 5 | Misicalización y manejo de voces |
| 2 Técnicas de actuación | 6 | Adaptación. |
| 3 Técnicas de dirección | 7 | |
| 4 Estructura de la escena ritmo y composición | 8 | |

- 1.- "Consejos para un comediante" Ernesto Bayma, Edit. Siglo XX (Colección panorama, # 9)
- 2.- "El arte teatral", Baty y Chavance, F.C.E. (Brevario # 45)
- 3.- Las puertas de la percepción. Cielo e Infierno
Aldou Huxley Edit. Sudamericana (Colección Índice).

[Handwritten Signature]
V. B. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre

GUIONISMO DE CINE II
(ADAPTACION)

Curso

Departamento

COMUNICACION

Sala

CM 410

Primer

Céculas

4

Asignatura

CM 213 ET 134

h/s

1



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Analizar una obra literaria y evaluar sus posibilidades de adaptación al lenguaje cinematográfico.
- 2
- 3 Analizar un guión cinematográfico.
- 4 Escribir un guión cinematográfico basándose en una obra literaria.

Temas principales:

- 1 Lectura dirigida de obras literarias análisis literario.
- 2 Relaciones entre el guión y el film. 6
- 3 Los géneros dramáticos literarios y su posible aplicación a los géneros cinematográficos. 7
- 4 La estructura división en temas; escenas y secuencias. 8

Vo. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Facultad GUIÓNISMO DE CINE I (PRODUCCION)	Técnica <input type="text"/>	Departamento COMUNICACION	Sem. CM362
	Práctica <input type="text"/>	Créditos <input type="text"/>	h/ls <input type="text"/>
		Semestros CM 213 I y 121	<input type="text"/>



OBJETIVOS GENERALES al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Analizar y evaluar un guión cinematográfico
- 2 Resolver los problemas de construcción de estructura, carácter de personajes e inter-relaciones.
- 3 Escribir un guión literario y un guión técnico
- 4 Escribir un libreto de producción, en todas su partes constitutivas hasta la exhibición de la obra

Temas principales:

- | | | |
|--|---|--|
| 1 La idea original | 5 | El script (guión listo para filmación) |
| 2 El tema y la anécdota | 6 | El break-Down y el plan de trabajo |
| 3 Las estructuras formales y las estructuras lógicas | 7 | Aspectos fundamentales de administración y producción de una realización cinematográfica en el país. |
| 4 El carácter del personaje | 8 | |
- El guión literario y el guión técnico (argumento y desarrollo del argumento)


 Vo. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Teórica	Departamento	Sigla
LABORATORIO DE REALIZACION CINEMATOGRAFICA		COMUNICACION	CM 349
	Práctica	Creditos	h/s/s
	XX	4	4
		Requisitos	
		CM 349	



OBJETIVOS GENERALES - al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Enumerar y describir todos los elementos del lenguaje cinematográfico.
- 2 Aplicar los diferentes aspectos en la producción de un film.
- 3 Aplicar el lenguaje técnico, sonido e imagen en la realización de un film.
- 4 Aplicar los conocimientos adquiridos en la realización de un film.

Temas principales:

- 1 Repaso del lenguaje técnico y literario en el cine 5
- 2 Elementos de la producción 6
- 3 La idea y su adaptación al lenguaje cinematográfico 7
- 4 Edición 8

Sonorización

Reproducción y distribución.

1. The technique of lighting for television and pictures.
Gerald Millerson. Commucation Art. Books, Hastings Haouse Publishers
2. Mascelli's Cine Workbook (Tex and Tools)
Joseph V. Mascelli, Cine/Graphic Publications, Hollywood

[Handwritten Signature]
Vo. No. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Teórica	Departamento	Serie
LABORATORIO DE CINE II	X	COMUNICACION	CM345
	Prácticas	Creditos	Requisitos
	X	4	CM 344




OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Emplear en los diferentes tipos de emulsiones cinematográficas
- 2 Analizar el proceso del film y el control de la calidad durante el procesado.
- 3 Realizar efectos especiales y ampliar el cuarto de edición.
- 4 Utilizar proyectores de cine en 16 mm.

Temas principales:

- | | |
|---|--------------------------|
| 1 Principios generales | 5 Edición |
| 2 La cámara cinematográfica | 6 Equipos de proyección. |
| 3 Diferentes emulsiones | 7 |
| 4 Sensitometría y control en la calidad de un film. | |

Principles of Cinematography/ Leslie J. Wheeler
 Photographic Theory/ Russell Campbell.
 American Cinematographer Manual/ Artur C. Miller.


 V. SJ. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre del curso	Teórico	Departamento	Siglo
COMUNICACION DE LA CÁMARA		COMUNICACION	COMUNICACION
	Práctico	Cuánto	Siglo
		4	4
		CM 213	

OBJETIVOS GENERALES: al final del curso el alumno tendrá la capacidad de:

- 1 Describir el funcionamiento de los elementos técnicos para la producción cinematográfica.
- 2 Hacer ejercicios sobre los diferentes movimientos y ángulos de la cámara cinematográfica.
- 3 Describir el proceso cinematográfico.
- 4

Temas principales:

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| 1 La Cámara. | 5 Iluminación |
| 2 Los lentes. | 6 Movimiento de Cámara |
| 3 Exposición; el exposímetro | 7 Angulo de Cámara |
| 4 Sensibilidad | 8 El Proceso Cinematográfico |

1. The five c's of cinematography" De Joseph V. Masalli.
2. Cine/Grafic. Publications, Hollywood, Calif .
3. Independent Film making" de Lenny Lipton'



Vc. Bo. DIRECTOR:

CENTRO DE DIDACTICA

LABORATORIO DE FOTOGRAFIA FIJA I

Título

Prácticas

Departamento

COMUNICACION

Serie

CM252

Créditos

4

Requisitos

h/s/s

4

OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar el campo de aplicación de la fotografía
- 2 Aplicar los aspectos técnicos fundamentales de la fotografía en blanco y negro en el laboratorio.
- 3 Analizar las propiedades de la fotografía como medio de comunicación.
- 4 Explicar los efectos y las funciones de la fotografía en los medios de comunicación.

Temas principales:

- 1 Principios básicos del proceso fotográfico y su relación con la naturaleza humana.
- 2 La cámara fotográfica, sus accesorios, equipo, uso y características principios de óptica.
- 3 El laboratorio fotográfico, materiales, equipo, uso y características.
- 4 Luz e iluminación para blanco y negro.

1. Fotoenciclopedia Daimon, Tomos I y II, Ed. Daimon, Barcelona.
2. Emanuel, W.D: Toda la fotografía en un solo libro, Ed. Omega.
3. Spell Alexander: Prontuario de fotografía, Ed. Zeus, Barcelona.

[Handwritten signature]

CENTRO DE DIDACTICA

HISTORIA DE LAS TEORIAS
CINEMATOGRAFICAS

Técnica
Fractura

Departamento
COMUNICACION
Créditos
Requisitos
C 213

Siglo
CN350
Sis/
4



OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Ennumerar las diversas corrientes e ideologías en materia de creación cinematográfica.
- 2 Señalar el origen y las implicaciones sociales de las diversas corrientes a partir de la historia del cine.
- 3
- 4

Temas principales:

- 1 Origen del cine versiones americana y europea.
- 2 El cine como mercadotecnia industrial y de consumo.
- 3 Los creadores independientes en E.U. 7
- 4 El cine intelectual europeo. 8

1. Historia del Cine de Roman Gubern.
Ediciones de Bolsillo - Editorial Lumen
2. The Film as a Subversive Art.
3. The Film till now.

[Handwritten signature]
Vo. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre

Edici.

Distribución

Sig.

Centro de Cinematografía
Fico

Proceso

Cópias

COMUNICACIÓN

CM 3/3

8

CM 3/3

Nº

OBJETIVOS GENERALES: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Analizar críticamente un film desglosándolo en sus diversos componentes.
- 2 Describir las técnicas y mecanismos que emplea el lenguaje cinematográfico para crear falsas emociones e inducir al consumo.
- 3 Elaborar un guión de creación propia.
- 4 Analizar la realización del guión para tomar conciencia de los posibles vicios en que pudiera caer.

Temas principales:

- | | |
|--|--|
| 1-Teoría de la imagen
-Terminología básica | 5 -Cine ideología
-Sobre algunos problemas del cine nuevo |
| 2-Géneros dramáticos y cinematográficos
-Elementos de crítica | 6 -Los grandes realizadores |
| 3-Lenguaje en el cine mudo
-Teorías sobre la relación Cine/Realidad | 7 -Hacia una esencia del lenguaje cinematográfico |
| 4-El cine y sus posibilidades fantásticas y surrealistas. | 8 -La parte práctica del temario se llevará a cabo junto a la materia Guionismo I. |

- 1 El Cine o el Hombre Imaginario: de Edgar Morin (Seix Barral, 1972)
- 2 El ciudadano Kane de Orson Welles (Colección Voz Imagen, # 11 1965)
- 3 La Praxis del Cine de Noel Burch (Editorial Fundamentos, 1970)

CENTRO DE DIDACTICA

LABORATORIO DE FOTOGRAFIA I

Teórica
Prácticas

Departamento
COMUNICACION
Cursos
Requisitos

Siglo
CX252
Año



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar el campo de aplicación de la fotografía.
- 2 Aplicar los aspectos técnicos fundamentales de la fotografía en blanco y negro en el laboratorio.
- 3 Analizar las propiedades de la fotografía como medio de comunicación.
- 4 Explicar los efectos y las funciones de la fotografía en los medios de comunicación.

Temas principales:

- 1 Principios básicos del proceso fotográfico y su relación con la naturaleza humana.
- 2 La cámara fotográfica, sus accesorios, equipo, uso y características principios de óptica.
- 3 El laboratorio fotográfico, materiales, equipo, uso y características.
- 4 Luz e iluminación para blanco y negro.

1. Fotoenciclopedia Daimon, Tomos I y II, Ed. Daimon, Barcelona.
2. Emanuel, W.D: Toda la fotografía en un solo libro, Ed. Omega.
3. Spill Alexander: Frontuario de fotografía, Ed. Teos, Barcelona.

[Handwritten signature]

Nombre:
SIMPOSIO DE PERIODISMO
CIENTIFICO

Teórica

Práctica

Departamento
COMUNICACION
Creditos
4
Requisitos
CM 210

Sala
CM 408
Hora
2



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Realizar un análisis comparativo de la información periodística científica en la prensa mexicana
- 2 Explicar la naturaleza, condiciones y características de la noticia científica.
- 3 Elaborar notas, entrevista y reportajes científicos.
- 4 Escribir un ensayo sobre las funciones que la prensa científica debe cumplir para colaborar en el desarrollo del país, así como sobre la importancia que la divulgación científica tiene en el mundo moderno.

Temas principales.

- 1 Conceptos fundamentales: Ciencia tecnología, 5 divulgación científica, etc. Las fuentes científicas.
- 2 El desarrollo científico y su relación con la 6 prensa. El lenguaje científico y los géneros periodísticos.
- 3 La importancia de la divulgación científica. 7 Los medios de prensa científica.
- 4 La noticia científica. 8 Las funciones de la prensa científica para el desarrollo del país, y los problemas éticos que enfrenta.

- Manuel Calvo Hernández. Periodismo científico, Paraninfo, Madrid 1977
- Isaac Asimov. Introducción a la Ciencia. Plaza-Vares Barcelona, 1979.
- Jorge Serrano. Introducción a la filosofía de la ciencia. Progreso, México, 1975.

Vo. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Curso SIMPOSIO DE PERIODISMO Y LITERATURA	Técnica <input checked="" type="checkbox"/>	Departamento COMUNICACION	Sala CM400
	Práctica <input checked="" type="checkbox"/>	Créditos 4	Requiere CM 210
			h/s 2




OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Realizar un artículo, entrevista o reportaje concidencias y divergencias existentes entre el periodismo y la literatura explicando qué es esta última qué ha tomado del periodismo, que le ha aportado y -
- 2 qué relaciones hay entre los géneros periodísticos y los literarios (citanse casos concretos, sea -
- 3 por investigación bibliográfica o por medio de consultas a literatos.)
- 4

Temas principales:

- | | |
|--|--|
| 1 ¿Qué es la literatura? | 5 La crónica como género literario |
| 2 La que el periodismo ha tomado de la literatura: casos | 6 La entrevista como género literario |
| 3 Lo que la literatura ha tomado del periodismo | 7 El reportaje como género literario |
| 4 Casos. | 8 El artículo como género literario |
| La novela -Reportaje: casos | La literatura y periodismo: concidencias divergencias. |

-Jose Acosta Montaña. Periodismo y Literatura I. Y UI Guadarrama Punto Omega
 -Jean Paul Sartre. Qué es la Literatura Lozada, B".A. 1977
 -Carlos Monsiváis. A ustedes les consta Era, México, 1980.


 Vo. CA. DIRECTOR CENTRO DE DIDACTICA

Nombre UNIVERSIDAD DE PUEBLA CENTRO DE	Facultad X	Departamento COMUNICACION	Sigla CE 107
		Carrera 5	Semestre 2
		No. de Control 01310	



OBJETIVOS GENERALES: a fin de que el alumno sea capaz de:

- 1 Realizar un análisis comparativo de la información periodística cultural en la prensa mexicana.
- 2 Explicar la naturaleza, condiciones y características de la noticia cultural.
- 3 Elaborar notas, entrevistas y reportajes culturales.
- 4 Escribir un ensayo sobre las funciones que la prensa cultural debe aplicar para colaborar en el desarrollo integral del país.

Temas principales:

- | | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Conceptos fundamentales: cultura, civilización, corrientes de pensamiento, etc. | 5 | Las fuentes culturales. |
| 2 | | 6 | El lenguaje "cultural" y los géneros periodísticos |
| 3 | La política cultural del Estado y sus relaciones con la prensa. | 7 | Los medios de la prensa "culturales" |
| 4 | Los grupos culturales y su relación con la prensa. | 8 | Las funciones de la prensa cultural para el desarrollo del país, y los problemas éticos que enfrenta. |

-José Acosta Montero. Periodismo y literatura I y II Guadarrama, Punto Omega, Madrid 1973

-Herberto Matiz. Comunicación y Literatura. ANUPES. México, 1976.

-Varios Autores, México hoy Siglo XXI, México, 1979.

[Handwritten signature]
 DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

SEMINARIO DE PERFECCIONAMIENTO MEXICANO	Temas	Departamento		Sala
	Política	Cursos	Exámenes	Prés
	X	4	COMUNICACION	COM 405
	X		COM 210	2



OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Realizar un análisis comparativo de la información periodística económica en la prensa mexicana.
- 2 Explicar la naturaleza, condiciones y características de la noticia económica.
- 3 Elaborar notas, entrevistas y reportajes políticos.
- 4 Describir un ensayo sobre funciones que la prensa económica debe cumplir para colaborar en el desarrollo integral del país.

Temas principales:

- | | | | |
|---|---|---|--|
| 1 | Conceptos fundamentales: economía, sectores, economía mixta, etc. | 5 | Las fuentes económicas |
| 2 | El sistema económico mexicano y los principales problemas que enfrenta. | 6 | El lenguaje económico y los géneros periodísticos |
| 3 | Los grupos económicos y su relación con la prensa. | 7 | Los medios de prensa económicos |
| 4 | | 8 | Las funciones de la prensa económica para el desarrollo del país, y los problemas éticos que enfrenta. |

La noticia económica

-Ma. del Rosario Green. La Economía. ANOIES, México 1976.

-Edmundo Flores. Dentro y Fuera del Desarrollo, F.C.E. México 1976

-Varios Autores. México hoy Siglo XXI, México 1979.

[Handwritten Signature]
Co. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre

SEMINARIO DE PERIODISMO
POLÍTICO

Técnica

Práctica

Departamento

COMUNICACIÓN

Créditos

1

Requisitos

CM 218

Siglo

CM 405

Sem

2



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Realizar un análisis comparativo de la información periodística política a la prensa mexicana.
- 2 Explicar la naturaleza, condiciones y características de la noticia política.
- 3 Elaborar notas, entrevistas y reportajes políticos.
- 4 Escribir un ensayo sobre funciones que la prensa política debe cumplir para colaborar en el desarrollo de un proceso verdaderamente democrático.

Temas principales:

- | | | | |
|---|--|---|---|
| 1 | Conceptos fundamentales: política, estado, grupos de poder, ideología, propaganda. | 5 | Las fuentes políticas |
| 2 | El sistema político mexicano y su relación con la prensa. | 6 | El lenguaje político y los géneros periodísticos. |
| 3 | Los grupos políticos y su relación con la prensa. | 7 | Los medios de prensa políticos. |
| 4 | La noticia política. | 8 | Las funciones de la prensa política para el desarrollo del proceso democrático y los problemas éticos que enfrenta. |

-León V. Sigol. Reporteros y funciones. Gernika, México 1978

-Pablo González Casanova. La democracia en México, Era, México 1971

-Claude Hallier. Poder político y Estado. ANVIES, México 1976

-Varios autores. México hoy. Siglo XXI, México, 1979.

C. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

PERIODISMO INTERPRETATIVO	Tema	Definición	Sede
	Objetos	Objetos	



1. Reducir un ensayo sobre posibilidades, ventajas, limitaciones y recursos del periodismo interpretativo.
2. Comparar informaciones realizadas según las corrientes del periodismo tradicional con informaciones realizadas de acuerdo con las corrientes interpretativas.
4. Elaborar un proyecto de tesis práctica de periodismo.

- Temas principales
- | | | |
|---|---|---------------------------------|
| 1 Definición y características generales del periodismo interpretativo. | 5 | La investigación |
| 2 Análisis de casos | 6 | El reportero |
| 3 Los recursos del periodismo interpretativo | 7 | El análisis y la interpretación |
| 4 Proyecto de periodismo interpretativo: El Plantamiento. | 8 | La edición. |

- 1.- Luis Javier Mier Periodismo Interpretativo. Trillas, México, 1981
- 2.- Julio J. del Río. Periodismo Interpretativo. Ciespal Quito, 1979.
- 3.- Varios autores. De la prensa, por la prensa y algo más. Garnika, México, 1978.

YO, EL DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Técnica	Departamento	Sede
TALLER DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS II		COMUNICACION	CEB48
	Práctica	Cursos	Unidad
	X	4	4
		Requisitos	
		CM 210 / ET 121	



OBJETIVOS GENERALES - al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Planear, investigar y redactar artículos, columnas, críticas y editoriales.
- 2 Describir las características de los géneros de opinión y distinguir sus distintas formas de realización.
- 3 Evaluar y comparar artículos, columnas, críticas, editoriales y cartones publicados en la prensa.
- 4

Temas principales:

- | | | |
|--|---|---|
| 1 Características y clasificación de los géneros de opinión. | 5 | El artículo de fondo (ensayo) |
| 2 El artículo (comentario) | 6 | La editorial |
| 3 La columna | 7 | El cartón (caricatura) |
| 4 La crítica | 8 | Los géneros de opinión en los medios audiovisuales. |

Carlos Septién. El quehacer del periodista, A.C. Carlos Septién, México 1979

Varios autores. La página Editorial del Washington Post. Gerraika, México 1979

Miguel A. Granados. Excelsior y otros temas de comunicación. Caballito, México, 1980.

[Handwritten signature]

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Título	Departamento	Siglo
VALLES DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS I	Crónicas	COMUNICACIÓN	CM 341
	Crónicas	Reportajes	Falt
	X	4	4
		CM 210, IT 121	



OBJETIVOS GENERALES: el alumno al cursar el presente curso deberá:

- 1 Planear, investigar y redactar crónicas, entrevistas y reportajes interpretativos.
- 2 Describir las características de los géneros interpretativos y distinguir sus distintas formas de realización.
- 3
- 4 Evaluar y comparar crónicas, entrevistas y reportajes publicados en la prensa.

Temas principales:

- | | |
|---|--|
| 1 Características y clasificación de los géneros interpretativos. | |
| 2 La crónica. | 6 Los géneros periodísticos en los medios audiovisuales. |
| 3 La entrevista | 7 |
| 4 El reportaje | 8 |

- 1.- Gonzalo Martín Vivaldi: Géneros Periodísticos Paraninfo, Madrid 1979.
- 2.- Julio V. del Río Periodismo Interpretativo (El reportaje). Ciespol
- 3.- Carlos Monsiváis. A ustedes les consta. Era. México 1979
- 4.- Manuel Mejido, México Amargo Siglo XXI México 1973.

Nombre	Técnica	Departamento	Sala
L/S. DE PERIODISMO II		COMUNICACION	3034
	Horas	Creditos	Asignatura
	8	4	CM 133



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Planear, elaborar, producir y dirigir un número de la publicación del subsistema (prácticas)
- 2 Realizar las labores propias de un auxiliar, a la dirección de una publicación (planear y asignar temas, coordinar reporteros, corregir y re-elaborar informes etc..)
- 3
- 4 Desempeñar las funciones de un redactor- especial (cubrir acontecimientos importantes, realizar reportajes especiales etc..)

Temas principales:

- | | |
|------------------------------|----------------------------|
| 1 La jefatura de información | 5 La producción del número |
| 2 La jefatura de redacción. | 6 La dirección |
| 3 La planeación del número. | 7 El consejo editorial. |
| 4 La elaboración del número | 8 |

Gonzalo Martin Vivaldi: Generos Periodísticos. Paraninfo, Madrid, 1979

José Luis Martínez Albertos. Redacción Periodística ATE. Barcelona 1974

José María Parramón.. Artes gráficos Ed. Parramón, Barcelona, 1969.

[Handwritten signature]

CENTRO DE DIDACTICA

LABORATORIO DE PERIODISMO I	Teoría	Departamento	Curso
	Prácticas	Creditos	h/s
	X	COMUNICACION	CM 333
	X	4	4
		CM 210	



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Recopilar, redactar, titular, corregir seleccionar, clasificar y jerarquizar, información periodística para la publicación del subsistema (práctica).
- 2
- 3 Cubrir como reportero, fuentes, eventos y acontecimientos de importancia social.
- 4 Elaborar notas informativas, pequeños reportajes, entrevistas y crónicas, así como boletines y comunicados de prensa.

Temas principales:

- | | | |
|---|---|--|
| 1 La recopilación de la información fuentes e instrumentos. | 5 | La titulación, el empaque, los recuadros y la corrección del material periodístico . |
| 2 El lenguaje periodístico. | 6 | |
| 3 El estilo periodístico y los géneros | 7 | Selección, clasificación y jerarquización del material periodístico. |
| 4 La redacción periodística | 8 | |
- La nota informativa y los otros géneros de información.

- 1.-Gonzalo Martín Vivaldi: Géneros periodísticos. Paraninfo Madrid, 1979.
- 2.-José Luis Martínez Albertos. Redacción periodística. ATE. Barcelona 1974.

[Handwritten signature]
 JEFE DE CENTRO

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre
OPINION PUBLICA

Teoría
K

Departamento
PSICOLOGIA
Creditos
4
Ejercicios
GM-210

Serie
09-307
Hijos
1



OBJETIVOS GENERALES al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 -Explicar el fenómeno de la opinión pública desde la perspectiva de las distintas disciplinas y teorías sociales.
- 2 -Distinguir los distintos elementos que intervienen en la formación de las corrientes de opinión.
- 3 -Escribir un ensayo sobre la participación de los grupos de poder y de los medios de comunicación en la formación de las corrientes de opinión.
- 4 -Identificar campañas de propaganda destinadas a influir en las corrientes de opinión.

Temas principales

- 1 Conceptos: opinión, opinión pública, corrientes de opinión, líderes, propaganda, público.
- 2 Naturaleza de la opinión pública 6
- 3 Corrientes y líderes de opinión 7
- 4 Grupos de poder y propaganda
- 5 Estereotipos, encuestas y manipulación del público. 8

Opinión pública y opinión popular. Análisis de la opinión pública desde la perspectiva de diversas disciplinas y teorías sociales.

- 1.- Juan Beneito. La Opinión Pública. Ed. Tecnos, Madrid
- 2.- Walter Lippman. La Opinión Pública Cio. Gral. Fabril Editora. B.A.1964
- 3.- Alfredo Saavy. La Opinión Pública Vikos-Tau. Colección. Qué Sé.
- 4.- León V. Sigal Reporteros y Funcionarios. Ed. Gernika. México 1978

[Handwritten signature]

CENTRO DE DIDACTICA

PRENSA COMPARADA II	Técnica	Departamento	Siglo
	Práctica	Creditos	Requisitos
	X	4	CM 210
			CM 330
			hvs/s
			2



OBJETIVOS GENERALES al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Desarrollar una breve investigación de prensa aplicando de las principales metodologías de análisis y comparación.
- 2
- 3 Dirigir servicios de análisis y síntesis de información periodística
- 4 Elaborar en pre-proyecto de investigación de análisis y comparación de prensa (para tesis)

Temas principales:

- | | | |
|---|---|--|
| 1 El proyecto de investigación de prensa. | 5 | Análisis interpretación y comparaciones |
| 2 Selección del Tema. Objetivos y problemas | 6 | Conclusiones |
| 3 Metodologías | 7 | Redacción de los servicios de análisis y síntesis de información periodística. |
| 4 Recopilación de datos. Selección y clasificación. | 8 | |

- 1.- José María Casarís. Ideología y análisis de medios de comunicación. Dopesa, Barcelona 1979
- 2.- Vioñette Morin. Tratamiento Periodístico de la formación. ATE Barcelona 1974
- 3.- Jacques Kayser El diario francés. ATE Barcelona 1979.

[Handwritten Signature]
 VICE-DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Técnica	Departamento	Serie
Prensa Comparada I	X	COMUNICACION	C1330
	Prácticas	Créditos	Grupos
	X	4	2
		Requisitos	
		CM 210	



OBJETIVOS GENERALES: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Explicar los principales métodos para el análisis y comparación de la prensa señalando sus pros y contras, sus alcances y sus limitaciones.
- 2 Redactar informes de análisis y síntesis de información periodística.
- 3 Evaluar investigaciones de análisis y comparación de prensa, señalando la metodología utilizada, sus aciertos y deficiencias, y su rigor.

Desarrollar una breve investigación hemerográfica sobre una publicación periodística mexicana.

Temas prácticos

- | | | |
|--|---|---|
| 1 Evolución de los estudios sobre los medios y contenidos periodísticos. | 5 | Las escuelas Norteamericanas (Bernard Berelson) |
| 2-Metodología para análisis y comparación a la prensa | 6 | La escuela Francesa (Jacques Kayser y la hemerografía). |
| 3 -Operaciones comunes | 7 | |
| 4 -La escuela Alemana (otto Groth) | 8 | Las tendencias estructuralistas (Violette Morin) |
| | | El análisis y la síntesis de prensa |

- 1.- José María Casasús: Ideología y análisis de medios de comunicación, Dopesa, Barcelona 1977
- 2.- Violette Morin Tratamiento Periodístico de la información. ATE. Barcelona 1974
- 3.- Jacques Kayser. El Diario Francés. ATE Barcelona 1979.

[Handwritten signature]
 Ed. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre
CURSO DE LA INICIACION
PERIODISTICA II (HISTORIA)

Tronco
Y
Práctica

5 créditos
COMUNICACION
Requisitos
CM 210

Grupos
CM326
4



OBJETIVOS GENERALES: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Explicar por qué el periodismo es, históricamente, un fenómeno moderno
- 2 Describir que es un Sistema de Prensa y relacionar las características históricas de una Sociedad con la prensa a la que dio lugar.
- 3
- 4 Evaluar los distintos Sistemas históricos de prensa, estableciendo sus aportaciones a la prensa actual.
Escribir un ensayo sobre las características y problemas del periodismo contemporáneo, así como sobre las nuevas formas -acia las que está evolucionando.

Temas principales

- 1 Los orígenes del periodismo y el sistema de prensa (siglo XVI).
- 2 El sistema autoritario (siglos XVII y XVIII).
- 3 El sistema liberal (siglo XIX)
- 4 El sistema socialista (1a. mitad del siglo XX)
- 5 El sistema liberal -objetivo (1a. mitad del siglo XX)
- 6 Crisis de la prensa contemporánea (2a. mitad del siglo XX)
- 7 Las nuevas tendencias "El Nuevo Period. Norteam",
El periodismo Especializado y el Periodismo Interdisciplinario.

- 1.- George Weill. El periodismo UTEHAM, México 1962
- 2.- Jean- Louis Servan Schreiver. El poder de Informar. Doyosa 1973
- 3.- Varios autores: El periodismo en México 450 años de historia. tradición, México 1974
- 4.- José Acosta Montoya Periodismo y Literatura I, Guadarrama Punto Omega 159, Madrid 1973.

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Técnica	Denominación	Sigla
TEORÍA DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA I (SOCIOLOGÍA)	N	COMUNICACIÓN	CM 13
	Práctica	Créditos	Sem
		8	4
		CM 210	



OBJETIVOS GENERALES: Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Definir la naturaleza del periodismo su objeto de trabajo y su función social.
- 2 Relacionar el sistema de prensa mexicano con las características sociales, políticas, culturales y económicas del país.
- 3
- 4 Analizar críticamente las corrientes teórico-prácticas del periodismo.
- 5 Escribir un ensayo sobre la responsabilidad social del periodismo y el papel que el periodista debe cumplir en el desarrollo del país.

Temas principales

- | | |
|---|---|
| 1 Conceptos: Objetividad, opinión, interpretación pública, periodicidad, tendencia, etc.. | 5 Periodismo y corrientes de opinión |
| 2 Naturaleza social del periodismo. | 6 Periodismo, propaganda, ideología y conciencia |
| 3 La noticia con fenómeno social | 7 Libertades de prensa y formas de control. |
| 4 Periodismo y política: El Estado y los grupos de poder. | 8 Las corrientes: "periodismo objetivo", "El nuevo Periodismo", "Periodismo Interpretativo", "Periodismo Alternativo", "Periodismo Marginal", |
| | Responsabilidad social del periodismo. |

-CAMILO TAUFIC. Periodismo y luchas de clases. Nueva Imagen, México, 1977

-J. EDWARD GEPALD. La Responsabilidad Social de la Prensa. L.M.U, México 1965

-ALFONSO ALPALA. Introducción al periodismo. Guadarrama, Madrid, 1970

-LEON U. SIGAL. Reporteros y funcionarios. Gernika, México, 1978

Director

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre del curso	Taller	Departamento	Sala
PERIODISMO III (EMPRESA)	V	COMUNICACION	CM-310
	Fórmula	Creditos	Requisitos
		4	CM 210
			2



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Explicar la estructura tipo de una Empresa periodística describiendo la importancia y funciones de cada uno de los elementos que intervienen en ella.
- 2 Planear la fórmula redaccional y el número cero una publicación periodística.
- 3 Relacionar las características organizativas de una empresa periodística con sus productos, así como el contenido de los mismos y con el tratamiento que dan a la información.

Temas principales:

- 1-La Empresa period.: Concepto, Estructura y Características.
- 2-La subsistencia de la Empresa period: Publicidad, Ventas, Salarios, Insumos y Servicios.
- 3
- 4
- 5 -La Empresa period.: en el medio social: sus relaciones con el poder político y económico, con los Sindicatos y con otras Empresas.
- 6
- 7 -La fórmula redaccional: Modelo, formas, estilo, formato, circulación.
- 8 -El futuro de la Empresa periodística.

-JEAN-LOUIS SERVAN -SCHREIBER. El poder de informar. Dopesa, Barcelona, 1973

-EMIL DOVIFAT. Periodismo II. UTEHA Manuales No. 9 México, 1960

-PEDRO ORIVE Y CONCHA FRAGOAGA. La especialización en le periodismo . DOSSAI, Madrid, 1974

Nombre del profesor

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Teórica	Departamento	Sigla
PERIODISMO II (MEDIOS)	X	COMUNICACION	CB01
	Práctica	Créditos	W/s/s
		4	2
		Requisitos	
		CM 210	



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Explicar la estructura, funcionamiento y características de los distintos medios de prensa.
- 2 Relacionar la estructura y las características de los principales representantes de los medios de prensa en México con sus contenidos y con el tratamiento que dan a la información.
- 3 Desarrollar un modelo de prensa para cada tipo distinto de medio.
- 4

Temas principales:

- | | |
|---|---|
| 1 Conceptos: medios, modelos, periodicidad. | 5 Estructura y modelos y revistas literarias |
| 2 Estructura y modelos de diario | 6 Estructura y modelos de noticieros de radio, cine y televisión. |
| 3 Estructura y modelos de revistas | 7 Estructura y modelos de agencias de prensa |
| 4 Estructura y modelos de prensa especializada. | 8 Estructura y funcionamiento de oficinas de prensa. |

-Jean-Louis Schreiber. El poder de informar. Dopesa, Barcelona, 1973
 -Enil Dovifat Periodismo I y II Manuales OTEHA No. 8 y 9 México 1960
 -Pedro Orive y Concha Fragoaga. La Especialización en el Periodismo. Dossal Madrid, 1974
 -Fraser Bona Introducción al Periodismo. Limesa, México, 1978
 -Varios. La información En El Nuevo Orden Internacional. Inst. de Est. Trans. México, 1977.

Co. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Técnica	Departamento	Sala
TEMAS SELECTOS LN COMUNICACION (TECNOLOGIA)	AV	COMUNICACION	COMPLETO
	Práctico	Créditos	Requisitos
		1	NO
			hrs/s
			2



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Definir y comparar la relación entre comunicación y desarrollo tecnológico.
- 2 Analizar diversos aspectos de la relación comunicación y desarrollo tecnológico
- 3 Describir problemas concretos del desarrollo tecnológico y la comunic. en México.
- 4 Distinguir diversos acercamientos y alternativas en el estudio de la relación comunicación y tecnología.

Temas principales:

- 1 Conceptos de comunic. y tecnología.
- 2 Desarrollo tecnológico y comunic.
- 3 Aspectos socioeconómicos y políticos en el desarrollo tecnológico de la comunicación.
- 4 comunicación.
- 5 Desarrollos recientes en la tecnología de la comunicación.
- 6
- 7
- 8

Brandt, W. NORTH-SOUTH, a program for survival. The MIT press, USA, 1980.
Articulos diversos.

Vo. Bo. DIRECTOR

Dr. Fernando Morett

CENTRO DE DIDACTICA

TEMAS SELECCIONADOS EN COMUNICACION (EDUCACION)

Teórica Práctica

Departamento COMUNICACION Créditos 4 Requisitos

Sigla CM239 Horas 2



OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Definir y comparar los conceptos de instrucción, educación y comunicación a partir de ejemplos concretos.
- 2
- 3 Analizar la función educativa de los medios de comunicación en México y su viabilidad como Agentes de cambio y mejoramiento social.
- 4 Describir algunos problemas concretos de la Educación en México, su vinculación socioeconómica y política y sus posibles alternativas.

Temas principales:

- | | | |
|---|---|---|
| 1 El concepto de educación como proceso permanente y total. | 5 | La realidad vista a través de los medios masivos de difusión. |
| 2 | 6 | |
| 3 Educación formal e informal | 7 | Educación y Libertad |
| 4 Teoría y praxis educativas | 8 | Aspectos socioeconómicos y políticos de la educación en México. |
| El proceso de educación y el proceso de comunicación. | | |

- 1.- Freire, Paulo. La Educación como práctica de la libertad siglo XXI, México 1966
- 2.- Reyes, Reina. ¿Para que futuro educamos? Ed. Alfa, México 1973
- 3.- Prieto Daniel Discurso autoritario y comunicación alternativa, Edicol, México 1980.

Vo. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Técnica	Departamento	Sigla
TEMAS SELECTOS EN COMUNICACION (PSICOLOGIA SOCIAL)	Y	COMUNICACION	CM-238
	Práctica	Créditos	Sem
	v	4	2



OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Precisar el rol del comunicador como psicología social
- 2 Distinguir las aportaciones del pensamiento freude-marxista en el estudio de la comunicación
- 3 Integrar la psicología al estudio de la comunicación.
- 4

Temas principales:

- | | | |
|---|---|--|
| 1 El pasado de la psicología social y relaciones con las ciencias afines. | 5 | El pensamiento psicológico de Marx |
| 2 El rol del psicólogo social y del comunicador | 6 | Psicoanálisis y materialismo histórico |
| 3 El pensamiento freudo-Marxista | 7 | Materialismo dialéctico y psicoanálisis |
| 4 El pensamiento sociológico de Freud | 8 | Psiquiatría, Sociología y comunicación . |

OLDENDORF, Psicología de vida social: Buenos Aires, Ed. Carlos Lohlé, 19...

DRALINSTEIN Y OTROS Psicología, Ideología y Ciencia, México, Siglo XXI, 19...

Yo, Sr. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

TEMAS SELECTOS EN COMUNICACION (LITERATURA)

Teoría

Práctica

Departamento

Créditos

Requisitos

Sigla

h/s



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Demostrar que la literatura es un proceso continuo de conocimiento.
- 2 Distinguir entre la literatura como medio de conocimiento y la psicología.
- 3 Distinguir la concepción de alta, media y baja cultura en Mc Donald y Schils
- 4 Relacionar la aparición de nuevas formas literarias en el desarrollo de la Sociedad Industrial Moderna.

Temas principales:

- | | | |
|---|---|--|
| 1 La literatura como forma de conocimiento. | 5 | Las funciones y estructuras en las sociedades tradicionales. Mitología y rituales |
| 2 Reciba de la literatura en la filosofía, la sociología y la Psicología. | 6 | Las funciones y estructura de la representación en la sociedad de Masas. |
| 3 Alta cultura, cultura media y Cultura de Masas. | 7 | Los diversos lenguajes del arte literatura: características fundamentales del diverso dramáticos cinematográficos novelístico. |
| 4 Poesía y Capitalismo según Walter Benjamin | 8 | |

WALTER BENAJAMIN: Iluminaciones II (Taurus)

HERBERT MARCUSE: The aesthetic dimension (Beacon Press)

Varios autores: Industria Cultural y sociedad de Masas (Marta Avila)

[Handwritten signature]

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Técnica	Departamento	Sala
Temas Selectos en Comunicación (Filosofía)	7	COMUNICACION	CM 225
	Práctica	Créditos	Requisitos
		4	
			2



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Distinguir entre el conocimiento teórico, conceptual y el conocimiento por con naturalidad.
- 2 Distinguir las diversas concepciones contemporáneas del problema de la alienación: Hegel, Marx, Scheler, Sartre y Ortega, Gasset.
- 3 Distinguir las concepciones del yo en las culturas tradicionales de las diversas concepciones del yo en el pensamiento occidental.
- 4 Definir de alienación y distinguir los diversos tipos de la Alienación.

Temas principales:

- 1 El conocimiento teórico, conceptual y el conocimiento por con naturalidad.
- 2 Las Diversas concepciones contemporáneas del problema de la alienación: Hegel, Marx, Scheler, Sartre y Ortega, Gasset.
- 3 Las concepciones del yo con el pensamiento tradicionales y las diversas concepciones del yo en el pensamiento occidental.
- 4 El concepto de alienación y los diversos tipos de la alienación.

Pedro Lain Entralgo. Teoría y Realidad del Otro. Rev. de Occid.

Edgar Marín . El Espíritu del tiempo. Raurus

Herbert Marcuse. El hombre unidimensional Martiz.

[Handwritten Signature]
Vo. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Técnica	Departamento	Siglo
Comunicación de Instituciones I.	X	COMUNICACION	CM 237
	Práctica	Creditos	Requisitos
		4	CM 203
			h/s/a
			2



OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 -Esbozar el desarrollo histórico de esta disciplina y señalar los conceptos que resulten su importancia para cualquier organismo social.
- 2
- 3 -Describir y evaluar las técnicas, procedimientos y medios empleados por la Comunicación de Instituciones.
- 4

Temas principales:

- 1 Fundamentos de la Comunicación de Instituciones.
- 2 La Comunicación de Instituciones como función integral de la organización.
- 3 Clasificación de Comunicación de Instituciones.
- 4 Técnicas, procedimientos y medios de Comunicación de Instituciones I.

1. Verdler. La Comunicación de Instituciones, Barcelona, Casanduas 1966.
2. Cutlip y Center. La Comunicación de Instituciones Madrid Rielp 1963.
3. Geldard. Fundamentos de Psicología. México. Trillas 1968.
4. Casas. La imagen Corporativa de la Empresa. Tesis UNAM. 1968

Vc. Sr. Director

CENTRO DE DIDACTICA

TEORICOS

- 3.- Comprender los alcances y las limitaciones de la publicidad como elemento de la mezcla mercadotécnica. (producto, precio, plaza, promoción).
- 4.- Comprender los principios básicos de una buena relación entre las dos partes que intervienen en el proceso publicitario:
 - La Empresa Cliente y
 - La Empresa Publicitaria
- 5.- Comprender el desarrollo del proceso publicitario en la elaboración de una campaña, así como en su implementación y evaluación posterior.
- 6.- Comprender los principios básicos de la ética publicitaria.
- 7.- Comprender la estructura económica general de la actividad publicitaria en México.

PRACTICOS

- siva para la solución de diferentes problemas de comunicación.
- 3.- Ser capaz de apoyar una recomendación publicitaria con recomendaciones generales de mercadotécnica a nivel de producto, precio y plaza.
 - 4.- Ser capaz de evaluar la relación existente entre una determinada empresa-cliente y una determinada empresa-agencia.
 - 5.- Ser capaz de desarrollar un Plan Publicitario de efectos de:
 - Presentación a cliente
 - Producción
 - Inserción y
 - Evaluación de Resultados
 - 6.- Ser capaz de analizar, desde un punto de vista ético la actividad publicitaria en sus diferentes manifestaciones, desde la publicidad subliminal hasta los comerciales cotidianos de radio y televisión.
 - 7.- Ser capaz de evaluar la estructura económica general de la actividad publicitaria en México.

Nombre	Teórica	Departamento	Sigla
PUBLICIDAD I (INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD)	X	COMUNICACION	CA 214
	Práctica	Créditos	h/s/s
		8	4
		Requisitos	
		CA 203	



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de: La participación activa en este curso, deberá permitir al alumno alcanzar los siguientes objetivos teórico-prácticos:

- | | |
|-----------------|--|
| <u>TEORICOS</u> | <u>PRACTICOS</u> |
| 1 | |
| 2 | 1.- Ser capaz de analizar los beneficios y los perjuicios de la actividad publicitaria en una economía capitalista. |
| 3 | |
| 4 | 2.- Ser capaz de recomendar fundamentadamente el uso o no uso de publicidad, o de otras técnicas de comunicación persuasiva. |

(Ver Anexo Núm. 1)

Temas principales:

- | | |
|--|---|
| 1 Naturaleza de la publicidad en el marco de una economía capitalista. | 4 Principios básicos de una buena relación cliente-agencia. |
| 2 Naturaleza de la Publicidad en relación a otras formas de comunicación persuasiva (propaganda, y técnicas de comunicación de instituciones o relaciones públicas). | 5 Desarrollo del proceso publicitario en la elaboración de una campaña, así como en su implementación y evaluación. |
| 3 Naturaleza de la publicidad como elemento de la llamada mezcla mercadotécnica (Producto, Precio, Plaza, Promoción). | 6 Principios básicos de la ética publicitaria. |
| | 7 Estructura económica de la publicidad en México. |

BIBLIOGRAFIA GENERAL

a) Libros:
 Barton, Roger Ed. HANDBOOK OF ADVERTISING MANAGEMENT. McGrawhill Book Company. C. 1970
 Biblioteca Salvat de Grandes Temas No. 69 LA PUBLICIDAD. Salvat Editores, S. A. Barcelona 1973
 Bogart, Leo. ESTRATEGIA PUBLICITARIA. Ediciones Deusto. Bilbao 1972.
 De Lozier, M. Wayne THE MARKETING COMMUNICATIONS PROCESS. - McGrawhill. New York 1976.

[Handwritten Signature]
 DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Técnico	Departamento	Sede
G. 211	CM	COMUNICACION	CM 213
	Práctica	Códigos	h/s/a
		CM 203	4

OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 -Identificar las diferentes etapas históricas de la evolución del cine, así como las diversas corrientes cinematográficas, las obras y los realizadores más notables en su contextos estéticos.
- 2 -Comparar e interpretar diversos hechos sociológicos que están implícitos o surgen en el fenómeno cinematográfico.
- 3 -Redactar crítica de cine, fichas técnicas y sinopsis de cada obra, además de contar con elementos necesarios para la dirección de valoraciones colectivas, como son los debates de un cine club y cine foto.

Temas principales:

- | | |
|--|---|
| 1 Etapas históricas del cine. | 5 Epoca Actual (1965-75) |
| 2 Cine mudo (desde antecedentes hasta 1930-45) | 6 Apéndice: aproximación al cine mexicano |
| 3 Neorrealismo (1945-55) | 7 II. Géneros y estilos |
| 4 Nueva ola (1955-65) | 8 III. Los oscars. |

1. Historia del cine mundial / G. Sadoul/S.XXI
2. Historia del cine mudo /Roberto Paolella /Eudeba
3. Sociología del cine/ I.C. Jarvie /Ed. Guadarrama.
4. Lecciones de Cine/Ed. Mensajero.



Vo. Bn. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre

RADIO I

Título

N

Prerogativa

Departamento

COMUNICACION

Créditos

3

Prerogativa

CM 203

Sigla

CM 212

H/s/s

4



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Reconocer la importancia e influencia del desarrollo de la radio.
- 2 Reducir una programación y diseñar las políticas de transmisión de una emisora.
- 3 Calcular producciones emisiones sencillas en estaciones radiofónicas.
- 4 Preparar un guión técnico.

Temas principales:

- 1 Terminos técnicos comunes
- 2 Historia socio-económica de la radio.
- 3 Principios de programación.
- 4 Políticas de transmisión.
- 5 Producción
- 6 Equipos de transmisión
- 7 Elementos de guión.
- 8 Elaboración de guiones.


Vo. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Teórica	Departamento	Serie
TELEVISION I	X	COMUNICACION	CM 211
	Práctica	Créditos	h/s/s
	X	8	4
		Requisitos	
		CM 203	



OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Explicar el fenómeno social de la televisión
- 2 Describir los principios electrónicos en los que se basa la televisión.
- 3 Enumerar los elementos técnicos y artísticos de una producción.
- 4 Emplear para una pequeña producción los elementos técnicos y artísticos del medio televisión.

Temas principales:

- | | |
|--|---|
| 1 Historia de la televisión | 5 Movimientos de cámara |
| 2 Diferencia entre la televisión y otros medios de comunicación. | 6 Elementos de un estudio |
| 3 | 7 Composición pictórica. |
| 4 Principios electrónicos de la televisión | 8 Características sociales de la televisión: institucionalidad, monopolio, ideología, industria y forma de manutención. |
| Proceso de transmisión | |

MEJIA PRIETO JORGE. Historia de la Televisión y la radio ed. Octavio Colmenares

RUIZ AÑABAL A. El mundo de la televisión, Guadarrama

ZETTL HERBERT Grammar of televisión Production. Barrie Recklife.

[Handwritten Signature]
 Vs. Sr. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Teórica	Departamento	Sigla
PERIODISMO I	X	COMUNICACION	CM210
	Práctica	Créditos	Unidad
		8	4
		CM 203	



OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Evaluar informaciones periodísticas de acuerdo con: cualidades de la noticia, importancia social, fuentes, intereses, estilo, género, clase de periódico, sección, público al que va dirigida.
- 2 Elaborar y redactar notas periodísticas, cabezearlas y ponderarlas.
- 3 Distinguir las principales características de las distintas clases de periódicos, su organización y funcionamiento.
- 4 Explicar las características fundamentales de la información periodística y cuál es su función social; desarrollando una definición de acuerdo con los tipos de periodismo: objetivo, de opinión e interpretativo.

Temas principales:

- | | |
|--|---|
| 1 El Fenómeno de la Información Periodística | 5 La Empresa Periodística |
| 2 La Noticia. | 6 Organización y Funcionamiento del Periódico |
| 3 El Lenguaje Periodístico. | 7 Periodismo Objetivo, De Opinión e Interpretativo |
| 4 Los Géneros Periodísticos | 8 Ética Periodística: Derecho y Libertad de Información |

- 1.- Periodismo. Raúl Rivadencira. Ed. Trillas.
- 2.- Periodismo Trascendente. Salvador Borrego. Ed. Tradición.
- 3.- Géneros Periodísticos. Martín Vivaldi. Ed. Paraninfo.
- 4.- Introducción al Periodismo. Alfonso Albala. Ed. Guadarrama.
- 5.- Curso de Redacción. Martín Vivaldi. Ed. Paraninfo.
- 6.- Periodismo I y II. Emil Douifat. Ed. Uteha.

[Handwritten signature]

V. Bg. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

SEMIOLOGÍA	Teórica	Comunicación	Sem.
	X	COMUNICACION	CM305
	Práctica	Creditos	Horas
		3	4
		Requisitos	
		LF 210	



OBJETIVOS GENERALES al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Definir y relacionar los conceptos de Semiotéca, Cultura y Comunicación.
- 2 Comprender la mécanica de los análisis semióticos de mensajes, tónicas y verbales.
- 3 Describir los elementos necesarios para realizar un proyecto de investigación semiótica.
- 4

Temas principales.

- | | | |
|--|---|--|
| 1 La realización naturaleza y cultura en las Sociedades humanas. | 5 | La Simioteca aplicada a la Comunicación de masa. |
| 2 | 6 | |
| 3 Los hechos culturales como hechos de Comunicación. | 7 | |
| 4 Posibilidad de comunicación comuna logica de la cultura. | 8 | |

Eco, Umberto -Introducción a la Simioteca Ed. Lumen, Barcelona

Peninou, Georges -Semioteca de la Publicidad Ed. Gustavo Gili, Barcelona

Prieto, Daniel -Retorica y manipulación Edicol México, 1988

Co. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

INVESTIGACION DE LA COMUNI-
CACION I

Teórica

X

Práctica

Departamento

COMUNICACION

Creditos

9

Requisitos

CM 102

Serie

CM 102

h/s/s

4



OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar los pasos constitutivos del método científico aplicado a las Ciencias Sociales.
- 2 Definir los elementos del método científico aplicado a las Ciencias Sociales.
- 3
- 4

Temas principales:

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| 1 Método Científico | 5 Técnicas de análisis de datos |
| 2 Problema de Investigación | 6 Interpretación teórica de datos |
| 3 Teoría e Hipótesis | 7 Redacción del informe. |
| 4 Técnicas de Recolección de Datos | 8 |

- 1.- El proceso de La investigación científica Rojas Soriano Ed. Trillas
- 2.- Guía ára realizar investigaciones sociales Rojas Soriano Ed. UNAM
- 3.- Como investigar en Ciencias Sociales. Pier T. López Velasco Ed. Trillas

Vo. Bg. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre
INVESTIGACION DE LA COMUNI-
CACION II

Teórica
X
Práctica

Departamento
COMUNICACION
Creditos
8
Requisitos
CM 308

Sigla
CM 309
H/S/A
4



OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar las principales técnicas usadas en la investigación social.
- 2 Definir pasos en la elaboración de la técnica de recolección de datos.
- 3 Aplicar una técnica de recolección de datos.
- 4 Evaluar la confiabilidad y validez de los resultados obtenidos de la aplicación de una técnica de recolección de datos.

Temas principales:

- | | |
|---------------|--------------------------|
| 1 Medición | 5 Sociometría |
| 2 Muestreo | 6 Entrevista |
| 3 Experimento | 7 Observación |
| 4 Encuesta | 8 Analisis de Contenido. |

Métodos de investigación en las relaciones sociales. Seltiz et. al. Ed. Rialp
Introducción a las técnicas de Investigación social Ander Egg. Ed. Humanitas.
Métodos de Investigación social. Good d' Hatt. Trillas.

Vo. Bo. DIRECTOR 
CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Técnica	Departamento	Sigla
Investigación de la COMUNICACION III	X	Comunicación	CM476
	Práctica	Créditos	h/s/s
		8	4



OBJETIVOS GENERALES al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Definirá los elementos del proceso de operacionalización
- 2 Analizará la confiabilidad y validez de un juego de datos
- 3 Evaluará la utilidad del instrumento de recolección de datos en términos de medición
- 4

Temas principales:

- | | |
|------------------------------------|-----------------|
| 1 Niveles de medición y escalas | 5 Indices |
| 2 El proceso de operacionalización | 6 Confiabilidad |
| 3 Dimensiones | 7 Validez |
| 4 Indicadores | 8 |

Metodología de las Ciencias Sociales. Lazarsfeld y Boudon Ed. LAIA
 Psicología Social Experimental. Insko et al. Ed. Trillas
 Medición de Actitudes. G. Sumners. Ed. Trillas

[Handwritten Signature]
 V. B. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Teórica	Departamento	Sede
INVESTIGACION DE LA COMUNICACION IV		COMUNICACION	CMAR
	Prácticas	Creditos	Horas
		8	4
		CM 476	



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar las principales formas de análisis estadístico
- 2 Definir operacionalmente los principales conceptos estadísticos
- 3 Diseñar y aplicar planes de análisis de datos
- 4 Evaluar planes de análisis de datos.

Temas principales:

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1 Prueba estadística de Hipótesis | 5 Modelos Paramétricos |
| 2 Estadística descriptiva | 6 Introducción de análisis multivariado |
| 3 Estadística inferencial | 7 |
| 4 Modelos Paramétricos | 8 |

Introducción a la estadística aplicada a las ciencias de la conducta Young y Valdman Trillas
 Fundamentos de estadística en la investigación social Levin Harla
 Métodos estadísticos aplicados a las ciencias sociales. Campbell Glass. Harla


 V. D. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

CLAVE SIGLA AREA MENOR SUBSISTEMA ESPECI- PREREQUISITOS HRS/S C
 FICANTE No. 5 TEORIA DE IN-
 VESTIGACION DE LA COMUNICACION

6057	CM412	Investigación de la Comunicación VI (Cursativa)	CM411	4	8
6058	CM413	Procesamiento y Análisis de Datos I	CM497	4	8
6059	CM416	Procesamiento y Análisis de Datos II	CM413	2	1
2419	CM478	Prácticas de Campo I (Cursativa)	CM497	2	4
2548	CM479	Prácticas de Campo II (Cursativa)	CM478	2	4
6060	CM414	Prácticas de Campo III (Cursativa)	CM479	2	4
6061	CM415	Prácticas de Campo IV (Cursativa)	CM479	2	4
					60
					FIJOS

AREA MENOR SUBSISTEMA ESPECI-
 FICANTE No. 6 RADIO.

Este Subsistema se compone de 60
 Créditos Fijos.

5481	CM301	Lab. de Producción de Radio I (Cursativa)	CM212	4	4
5482	CM403	Lab. de Producción de Radio II (Cursativa)	CM504	4	4
6062	CM358	Guionismo Radiofónico I (Cursativa)	CM212, LI121	4	4
6063	CM361	Guionismo Radiofónico II (Cursativa)	CM358	4	4
6064	CM352	Sociología de la Radiodifusión	CM212	4	8
6065	CM353	Radio Cooperativa	CM212	4	8
5485	CM312	Empresa Radiofónica		4	8
5487	CM314	Radio Educativa		4	8
5487	CM311	Periodismo Radiofónico		4	8
5488	CM315	Cultura Musical (Laboratorio) (Cursativa)	CM210, CM212	4	8
				4	4
					60
					FIJOS

CLAVE	SIGLA	AREA MENOR SUBSISTEMA ESPECIFICANTE No. 3 PUBLICIDAD Y COMUNICACION DE INSTITUCIONES	PRERREQUISITOS	HRS/S	C
5955	CM355	Comunicación de Instituciones III (Internos)	CM354	2	4
2293	AD101	Introducción a la Administración	AD101	4	8
5393	AD250	Fundamentos de Mercadotecnia	AD101	4	8
5501	AD251	Administración de Personal			
2409	CM461	Serv. de Casos Prác. sobre Merc. y Public.	AD250	2	4
			AD220	4	8
2309	AD321	Conducta del Consumidor			

60
FIJOS

AREA MENOR SUBSISTEMA ESPECIFICANTE No. 4 TELEVISION

Este subsistema se compone de 60 Créditos fijos.

2273	EL515	Estética		4	8
5954	CM351	Producción de Televisión I (Lab) (Cursativa)	CM211	4	4
2115	CM466	Producción de Televisión II (Lab) (Cursativa)	CM351	4	4
5955	CM470	Producción de Televisión III (Lab) (Cursativa)		4	4
5956	CM471	Producción de Televisión IV (Lab) (Cursativa)		4	4
2410	CM563	Guionismo de Televisión I	CM211, LF121	4	8
2411	CM464	Guionismo de Televisión II	CM563	4	8
5957	CM472	Géneros y Formatos		2	4
2415	CM468	Televisión Educativa	CM211	4	8
5958	CM473	Televisión Pública y Rural		2	4
5959	CM475	Televisión Experimental		2	4

60
FIJOS

AREA MENOR SUBSISTEMA ESPECIFICANTE No. 5 TEORIA DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION

Este Subsistema se compone de 60 Créditos Fijos.

5163	CM417	Teoría de la Comunicación VII	CM203	4	8
5167	CM418	Teoría de la Comunicación VIII	CM417	4	8
5179	CM411	Investigación de la Comunicación V (Cursativa)	CM497	4	8

CLAVE	SIGLA	MATERIAS OPTATIVAS (4 CREDITOS)	PRERREQUISITOS	1987/8	1988/9
5945	CM405	Seminario de Periodismo Político.	CM210	2	4
5946	CM406	Seminario de Periodismo Económico.	CM210	2	4
5947	CM407	Seminario de Periodismo Cultural.	CM210	2	4
5949	CM409	Seminario de Periodismo y Literatura.	CM210	2	4
2550	CM252	Laboratorio de Fotografía Fija I (Cursativa)		4	4

MINIMO

AREA MENOR SUBSISTEMA ESPECIFICANTE No. 2 CINE

Este subsistema se compone de 60 créditos fijos.

2275	FL315	Estética		4	8
2705	CM343	Lenguaje Cinematográfico	CM213	4	8
2405	CM350	Historia de las Teorías Cinematográficas	CM213	4	8
2530	CM252	Laboratorio de Fotografía Fija I (Cursativa)		4	4
2706	CM344	Laboratorio de Cine I (Cursativa)	CM213	4	4
2401	CM345	Laboratorio de Cine II (Cursativa)	CM344	4	4
2104	CM349	Laboratorio de Realización Cinematográfica (Cursativa)	CM344	4	4
5950	CM362	Guionismo de Cine I (Producción) (Cursativa)	CM213, UF121	4	4
5951	CM410	Guionismo de Cine II (Adaptación) (Cursativa)	CM213, UF121	4	4
5462	CM329	Dirección Escénica (Cursativa)	CM213	4	4
2402	CM447	Montaje	CM344	4	8

60
FIJOS

AREA MENOR SUBSISTEMA ESPECIFICANTE No. 3 PUBLICIDAD Y COMUNICACION DE INSTITUCIONES.

Este Subsistema se compone de 60 Créditos Fijos.

2406	CM356	Publicidad II (Administrativa)	CM214	4	8
2407	CM357	Publicidad III (Creativa)	CM214	4	8
5952	CM354	Comunicación de Instituciones II (Externas)	CM237	2	4

CLAVE	SIGLA	MATERIAS OPTATIVAS DEL AREA MAYOR	PRERREQUISITOS	HRS/S	C
5940	CM236	Temas Selectos en Comunicación (Literatura)		2	4
5941	CM238	Temas Selectos en Comunicación (Psicología)		2	4
5942	CM239	Temas Selectos en Comunicación (Educación)		2	4
5465	CM240	Temas Selectos en Comunicación (Tecnología)		2	4
		Optativa de otro Subsistema			8
		Optativa de otro Subsistema			8
					MINIMO

AREA MENOR SUBSISTEMA ESPECIFICANTE
No. 1 PERIODISMO.

El mínimo de créditos para cumplir con el Subsistema es de 60. Compuestos por:

56 Créditos obligatorios y
4 Créditos optativos a elección del alumno.

Estos créditos sólo pueden cubrirse con las materias optativas del Subsistema de Periodismo que aparecen en este plan

MATERIAS OBLIGATORIAS (56 CREDITOS)

5472	CM301	Periodismo II (Medios)	CM210	2	4
5483	CM310	Periodismo III (Empresa)	CM210	2	4
5486	CM313	Teo.de la Información Periodística I (Sociología)	CM210	4	8
5466	CM326	Tec.de la Información Periodística II (Historia)	CM210	4	8
5474	CM330	Prensa Comprada I (Cursativa)	CM210	2	4
5475	CM332	Prensa Comparada II (Cursativa)	CM210	2	4
2380	CM307	Opinión Pública	CM210	2	4
2395	CM333	Laboratorio de Periodismo I (Cursativa)	CM210	4	4
2396	CM334	Laboratorio de Periodismo II (Cursativa)	CM333	4	4
5943	CM341	Taller de Géneros Periodísticos I (Cursativa)	CM210,LT121	4	4
5944	CM348	Taller de Géneros Periodísticos II (Cursativa)	CM210,LT121	4	4
5477	CM347	Periodismo Interpretativo	CM338,CM341	2	4

56
FIJOS

CLAVE	SIGLA	MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA MAYOR	PRERREQUISITOS	HRS/S
-------	-------	--------------------------------------	----------------	-------

2418	CM476	Investigación de la Comunicación III (Cursativa)		4
5460	CM497	Investigación de la Comunicación IV (Cursativa)	CM309	4
5458	CM106	Semiótica	CM476	4
2382	CM210	Periodismo I	LT210	4
2383	CM211	Televisión I	CM203	4
2384	CM212	Radio I	CM203	4
2385	CM215	Cine I	CM203	4
2385	CM214	Publicidad I	CM203	4
5470	CM237	Comunicación de Instituciones I	CM203	4
			CM203	2

MATERIAS OPTATIVAS DEL AREA MAYOR

2269	FL317	Filosofía de la Ciencia		4
5931	FL211	Pensamiento Filosófico en el México Actual		4
5935	SO210	Corrientes Sociológicas Contemporáneas	SO118	4
5501	SO303	Sociología Latinoamericana		4
5876	PS107	Organización Familiar		4
5936	PS294	Psicología de la Comunidad		4
2276	LT259	Discurso Literario I (Cursativa)	PS113	4
2822	LT260	Discurso Literario II (Cursativa)		2
2289	LT261	Discurso Literario III		2
2823	LT262	Discurso Literario IV	LT259	2
	HI275	Proceso Histórico de Latinoamérica I	LT259	2
	HI276	Proceso Histórico de Latinoamérica II		4
2474	PS193	Psicología General		4
		Drama		4
		Ensayo		4
		Poesía y Poética		4
		Narrativa		4
		Análisis y Producción de Textos		4

Para completar el Area Mayor es necesario elegir 8 créditos entre las materias que se mencionan a continuación, o bien entre las materias de un subtema especificante que no sea el que cursas o deseas cursar.

5938	CM234	Temas Selectos en Comunicación (Sociología)		4
5939	CM235	Temas Selectos en Comunicación (Filosofía)		4

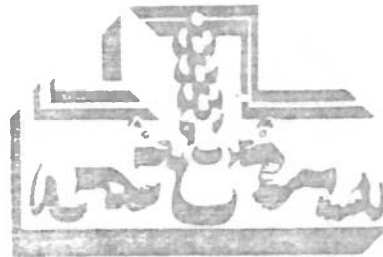
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

NUEVO PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACION

PRIMAVERA 81

CLAVE	SIGLA	MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA BASICA	PRERREQUISITOS	HRS/S	C
5350	FL386	Filosofía del Hombre		4	8
2758	FL251	Filosofía Social		4	8
2258	FL319	Teoría del Conocimiento		4	8
5491	SO116	Introducción al Pensamiento Sociológico.		4	8
5493	SO118	Teoría Sociológica I		4	8
2482	PS113	Psicología Social		4	8
2295	HI325	Historia de México Contemporáneo (Cursativa)		4	8
5930	DE104	Derecho y Comunicación Colectiva		4	8
5883	LT120	Taller de Expresión y Composición Escrita I (Cursativa)		4	4
5934	LT121	Taller de Expresión y Composición Escrita II (Cursativa).	LT120	4	4
2376	CM102	Teoría de la Comunicación I		4	8
2700	CM203	Teoría de la Comunicación II	CM102	4	8
2381	CM308	Investigación de la Comunicación I (Cursativa)	CM102	4	8
2701	CM309	Investigación de la Comunicación II (Cursativa)	CM308	4	8
<u>MATERIAS OPTATIVAS DEL AREA BASICA</u>					
2291	HI012	Historia de la Cultura		4	8
2323	AN202	Sociología y Antropología Social de México		4	8
<u>MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA MAYOR</u>					
5937	LT210	Lingüística		4	8
5473	CM302	Teoría de la Comunicación III (Sociología)	CM203	4	8
5480	CM303	Teoría de la Comunicación IV (Psicología).	CM203	4	8
5476	CM401	Teoría de la Comunicación V (Interpersonal).	CM203	4	8
5478	CM402	Teoría de la Comunicación VI (Filosofía)	CM203	4	8

FIJES



LA VERDAD NOS HARA LIBRES

PLAN DE ESTUDIOS
DE LA
LICENCIATURA EN
COMUNICACION

1981/82

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

LICENCIATURA EN COMUNICACION

ADSCRITA AL DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

1.- NOMBRE DEL DIRECTOR

Dr. Fernando Morett

2.- MIEMBROS DEL CONSEJO TECNICO

Lic. Luis Cuevas, Mtro. Jorge González, Lic. Tirso Limón, Lic. Luis Javier Mier, Dr. Fernando Morett, Lic. Patricia Torres Maya. Alumnos: Sr. Tarsicio García, Sr. Francisco Guarnero, Ing. Fernando Muro, Sr. Mario San Román.

3.- PERSONAL ACADEMICO DE TIEMPO

Prof. Luis Albarrán Oscos, Lic. Martha Alcocer, Lic. Tirso Limón Márquez, Lic. Luis Javier Mier Vega, Dr. Fernando Morett López, Mtro. Francisco Prieto Echaso, Lic. Guillermo de la Tijera Garzafox, Lic. Patricia Torres Maya.

4.- DESCRIPCION DEL DEPARTAMENTO

El Departamento ofrece la Carrera de Comunicación a nivel de Licenciatura y la maestría en comunicación a nivel de posgrado.

La Licenciatura en Comunicación está encaminada a preparar profesionales —mediante el estudio teórico, la aplicación de las distintas metodologías de investigación y la realización de prácticas— para los siguientes campos:

- Análisis de mensajes y semiótica.
- Investigación empírica de la comunicación.
- Periodismo.
- Cine.
- Televisión.
- Radio.
- Publicidad y Comunicación de Instituciones.

La Licenciatura en Comunicación consta de 432 créditos. De ellos 392 corresponden a cursos escolarizados, 24 a Servicio Social y 16 a la opción terminal.

Los 392 créditos escolarizados pueden cursarse en un número variable de semestres, pero se estima que nueve semestres es el lapso ideal.

Durante los seis primeros semestres los alumnos cursan las asignaturas que les daran una base sólida y uniforme, tanto en lo que se refiere a la teoría, inves-

Nombre	Teórico	Departamento	Sala
TEORIA DE LA COMUNICACION	X	COMUNICACION	CM 102
	Practica	Créditos	h/s
		8	1

OBJETIVOS GENERALES al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar y analizar las diversas definiciones, conceptos, modalidades, y algunas teorías, con respecto a la Comunicación Humana.
- 2 Manejar la problemática que involucra el análisis de la Comunicación intrapersonal, interpersonal, y en pequeños grupos principalmente.
- 3 (Teorías en comunicación masiva, corresponden al curso II).
- 4

Temas principales:

- | | | | |
|---|--|---|---|
| 1 | Introducción al estudio de la Comunicación. | 5 | Análisis general de los principales elementos del proceso, e introducción a los medios masivos. |
| 2 | Disciplinas que dan origen al estudio de la Comunicación y sus aportaciones. | 6 | |
| 3 | Formas, tipos o niveles del fenómeno comunicativo. | 7 | |
| 4 | Principales elementos del proceso de la Comunicación. Primeros esquemas generales. | 8 | |

Bibliografía.

BERLO DAVID. K. :- El Proceso de la Comunicación. Editorial Ateneo.

BLAKE Y HAROLDSSEN. :- Taxonomía de Conceptos de la Comunicación. Editorial Nuevomar.

DE FELUR. MELVIN. :- Teorías de Comunicación Masiva. Editorial Paidós.

MORTENSEN. DAVID. :- El Sistema Intrapersonal, Interpersonal y Socio-Cultural. Editorial Tres Tiempos (3 Tomos)

SMITH. ALFRED. :- Comunicación y Cultura. Editorial Nueva Visión (3 Tomos).

HALL. EDWARD T. :- The Silent Language. Doubleday, Anchor Book

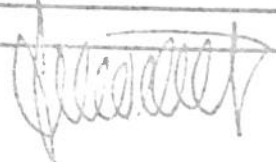
ARANGUREN, J.L. Human Communication.

CHERRY, COLIN. On Human Communication.

DANCE, FRANK. :- Teoría de la Comunicación.

ROMERO RUBIO, ADRES. :- Teoría General de la Información de la Comunicación.

Dr. Fernando Morett. CENTRO DE DIDACTICA



Nombre	Teórica	Departamento	Sigla
TEORIA DE LA COMUNICACION		COMUNICACION	CM 102
	Práctica	Créditos	h/c/s
		8	4
		Requisitos	
		CM 102	



OBJETIVOS GENERALES al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1.- Identificar los diversos conceptos, elementos y teorías de la Comunicación masiva.
- 2.- Identificar los diferentes enfoques teórico-metodológicos del estudio de la Comunicación masiva.
- 3
- 4

Temas principales.

- 1.- Los sistemas sociales como fuente, matriz y reflejo de la comunicación. Introducción a los Medios Masivos.
- 2.- Funcionalismo y Comunicación.
- 3.- Estructuralismo y Comunicación.
- 4.- Marxismo y Comunicación.
- 5.- Procesos y efectos de la Comunicación Colectiva.
- 6
- 7
- 8

Bibliografía.

BERLO DAVIDK.- El Proceso de la Comunicación.
 SCHRAMM WILBUR.- La Ciencia de la Comunicación Humana.
 KLAPPER JOSEPH T.- Efectos de las Comunicaciones de masas.
 DEUTSCH MORTON, y KRAUSS ROBERT.- Teorías en Psicología Social.
 MORTENSEN, DAVID.- El Sistema Socio cultural.
 SMITH G, ALFRED.- Comunicación y Cultura 3 tomos.

BLAKE Y HAROLDSSEN.- Taxonomía de Conceptos de la Comunicación.
 MC QUAIL, DENIS.- Sociología de los medios masivos de comunicación.
 DE FELUR MELVIN.- Teorías de comunicación masiva.

Vo. D. DIRECTOR
 Dr. Fernando Florett

CENTRO DE DIDACTICA

TEORIA DE LA COMUNICACION
VIII

Título

Objetos

Departamento

COMUNICACION

Créditos

8

Sede

CM418

Requisitos

CM 417

Horas

4



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Analizar los enfoques teóricos sobre comunicación
- 2 Evaluar el estado actual y las posibilidades de la construcción teórica en el campo.
- 3
- 4

Temas principales:

- | | | |
|---|---|---|
| 1 | Criterios de evaluación teórica | 5 |
| 2 | Análisis de teorías y modelos escogidos | 6 |
| 3 | | 7 |
| 4 | | 8 |

La lógica de la Ciencia en Sociología. Wallare Alinza Universidad
Filosofía de la Ciencia Social. Rudner. Alianza Universidad.

Teoría y Realidad. Bunge Ariel


Vc. Dc. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN
VI.

Técnica

Fecha

Departamento
COMUNICACIÓN
Código

Sede
CUBA
C.A.
4



OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Identificar las distintas corrientes que han contribuido, conceptualmente, a la investigación empírica de la comunicación.
- 2 Elaborar modelos teóricos a través del enlace de postulados e hipótesis.
- 3
- 4

Temas principales:

- | | |
|--|--------------------------|
| 1 Teoría y modelo teórico | 5 Desarrollo de modelos. |
| 2 El campo de la teoría de la comunicación | 6 Campos de Aplicación. |
| 3 Teoría psicosociales sociológicos y antropológicos aplicadas a comunicación. | 7 |
| 4 | 8 |

La construcción de teorías sociales. Stinchcombe Edit Nueva visión.
La explicación en las ciencias sociales. Brown Edit
Teoría y verificación en sociología: Zetterberg Nueva visión.
Psicología Social. Rodríguez Trillás.

V. B. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Teórica	Departamento	Siglo
TEMAS SELECTOS EN COMUNICACION (Sociología)	X	COMUNICACION	CM 234
	Práctica	Créditos	Horas
		4	2
		Requisitos	



OBJETIVOS GENERALES al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Analizar nuestro medio académico - teórico de estudio de la comunicación.
- 2 Analizar las diversas prácticas específicas de comunicación en el México de hoy.
- 3 Plantear alternativas a la relación teórico -práctica de la comunicación en México.
- 4

Temas principales:

- | | | |
|---|--|---|
| 1 | Información, poder, e ideología. | 5 |
| 2 | Teorías de la comunicación e ideología. | 6 |
| 3 | Teoría y práctica de la comunicación en México 1980. | 7 |
| 4 | | 8 |

BIBLIOGRAFIA BASICA:

- MAO TSE TUNG. "Sobre la Práctica" en 4 tesis filosóficas
- MARX, KARL, Introducción a la crítica de la economía política.
- ECHEVERRIA CASTILLO, ed al Ideología y medios de comunicación.

Vc. DD. DIRECCIÓN

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Técnica	Departamento	Sigla
Teoría de la Comunicación III (Sociología)	X	Comunicación	CM 203
	Práctica	Créditos	Requisitos
		8	CM 203
			N/s/s
			4



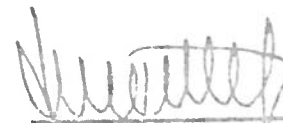
OBJETIVOS GENERALES: al finalizar el curso el alumno será capaz de: Este curso está planeado como seminario-taller, lo cual permitirá que el grupo que así se conforme pueda y posibilite:

- 1 -Adquirir una perspectiva crítica de lo que actúa como punto de vista sociológico.
- 2 -Comprender críticamente las dimensiones sociales de información y comunicación de los fenómenos epistemológicos y de organización social.
- 3 -Aplicar el punto de vista sociológico en una análisis general y particular de nuestro mundo social mexicano con énfasis en las dimensiones de información y comunicación.
- 4 -Diseñar una estrategia de información y comunicación para la organización social.

Temas principales:

- 1 La teoría social y el mundo social; el conocimiento de lo social y sus perspectivas.
- 2 Elementos de sociología del conocimiento; las condiciones sociales del conocimiento para la acción.
- 3 Elementos de sociología de la cultura; el orden social del pensar y hacer dentro y entre grupos sociales, sus cambios y transformaciones.
- 4 Perspectiva de una sociología de la comunicación; información para la dominación, comunicación para la liberación.

1. SUAREZ, Pablo. Praxiología, planificación y acción social.
2. GREEN Y JOHNS. Introducción a la sociología.
3. BOTTOMORE, Tom. La sociología marxista.
4. PECHEUX, Michel.


 Vo. Bo. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

INSTITUTO DE LA COMUNICACION
INVESTIGACION

Título
Comunicación

Departamento
COMUNICACION
Cursos
5
C: 203

Siglo
C: 303
Nº
9



OBJETIVOS GENERALES al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Evaluar las principales investigaciones sobre la importancia y trascendencia de la comunicación primera (relación madre-hijo en la primera infancia).
- 2 Evaluar la tesis que sustenta el carácter programatorio de la comunicación primera para la comunicación adulta.
- 3
- 4

Temas principales:

- | | | |
|---|---|--|
| 1a. Parte: La herencia y el medio ambiente.
Tema I. Lo hereditario y la comunic. prim. | 5 | ris y Patología transcultural. |
| 2 El aislamiento o separación en los animales como fenómeno de incomunicación. | 6 | 5a Parte: las tres urdimbres del hombre. Tema VI La comunicación primera o urdimbre constitutiva. Tema VII. La urdimbre de orden. Tema VIII La urdimbre de identidad. Tema IX. Análisis biográficos. |
| 3a. Parte: El aislamiento o abandono del ser humano como fenómeno de incomunicación. | 7 | |
| 4 Tema III Casos Históricos. Tema IV Hospitalismo y Comunicación. | 8 | |
| 4a. La ordenación del amor. Tema V Ordo Amo- | | |

AMADO, Levy Valensi Eliane. la comunicación. Madrid, Marfil, 1968
 BOWLBY, John Cuidado Maternal y amor. México, F. C. E. 1972
 EIBL-EIBESPELDT, I. Amor y Odio México Siglo XVI, 1972
 ERIKSON, E.H. Infancia y Sociedad, Buenos Aires, Paidós, 1972
 ESCARDO, F. y GIRENTI, E. Hospitalismo. Buenos Aires, ESDEBA, 1964.
 FREUD, Anna. El psicoanálisis y la crianza del niño, B. Aires Paidós 1977
 FREUD, A. y BURLINGHAM, D. La Guerra y los niños. B. Aires

V. del DIRECTOR
[Handwritten Signature]

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Técnica	Departamento	Siglo
TEORIA DE LA COMUNICACION V (COMUNICACION INTERPERSONAL)	X	COMUNICACION	CM 401
	Practica	Cursos	Siglo
		S	4
		Requisitos	
		CM 203	



OBJETIVOS GENERALES : al finalizar el curso el alumn no será capaz de:

- 1-Explicar los principales elementos o factores, condiciones, motivos y características que favorecen o impiden en determinadas circunstancias la comunicación interpersonal.
- 2-Analizar diversos casos concretos de comunicación interpersonal, grupal o interpersonal, para detectar esos elementos o factores, condiciones, motivos y características que favorecen o impiden su desarrollo.
- 3-Comunicar positivamente su comunicación interpersonal cotidiana.

- 1) Buber, Martín Yo y Tú. Buenos Aires, Nueva Visión, 1977
- 2) CARUSO, Igor La separación de los amantes 4a. ed. Méx. Siglo XXI,
- 3) DAVIS, Flora El lenguaje de los gestos. Buenos Aires, Emocé Editores
- 4) FROMM, Erich El arte de amar Buenos Aires, Paidós, 1964

[Handwritten Signature]
Co. Dir. DIRECTOR

CENTRO DE DIDACTICA

Nombre	Técnica	Departamento	Sigla
TEORIA DE LA COMUNICACION VI (Filosofía)	X	COMUNICACION	CM-402
	Fuente	Creditos	Unidad
		3	4



OBJETIVOS GENERALES al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- 1 Distinguir e indentificar los diferentes problemas y soluciones relativos a la comunicación humana.
- 2 Relacionar entre sí estos problemas y soluciones.
- 3 Escribir una crítica sobre una filosofía de la comunicación.
- 4

Temas principales

- 1 El tránsito del yo nosotros en la "Fenomeno- 5
logía del Espíritu" de Hegel.
- 2 El problema del otro y de la comunidad en la 6
- 3 escuela fenomenologica de Husserl. 7
- 4 El problema de la comunicación en Scheller. 8

Las paradojas de la comunicación: Jaspers

La comunicación en Marcel

BIBLIOGRAFIA:

- 1) LAIN ENTRALGO, P., Teoría y Realidad del Otro, Vols. I y II, Madrid, Revista de Occidente.
- 2) ARRANGUEREN, J., La Comunicación Humana.
- 3) GODED, J., Antología de la Comunicación, Vols. I y II, México, UNAM

Vo. Bo. DIRECTOR
[Handwritten Signature]

CENTRO DE DIDACTICA

CCC
AI
0164

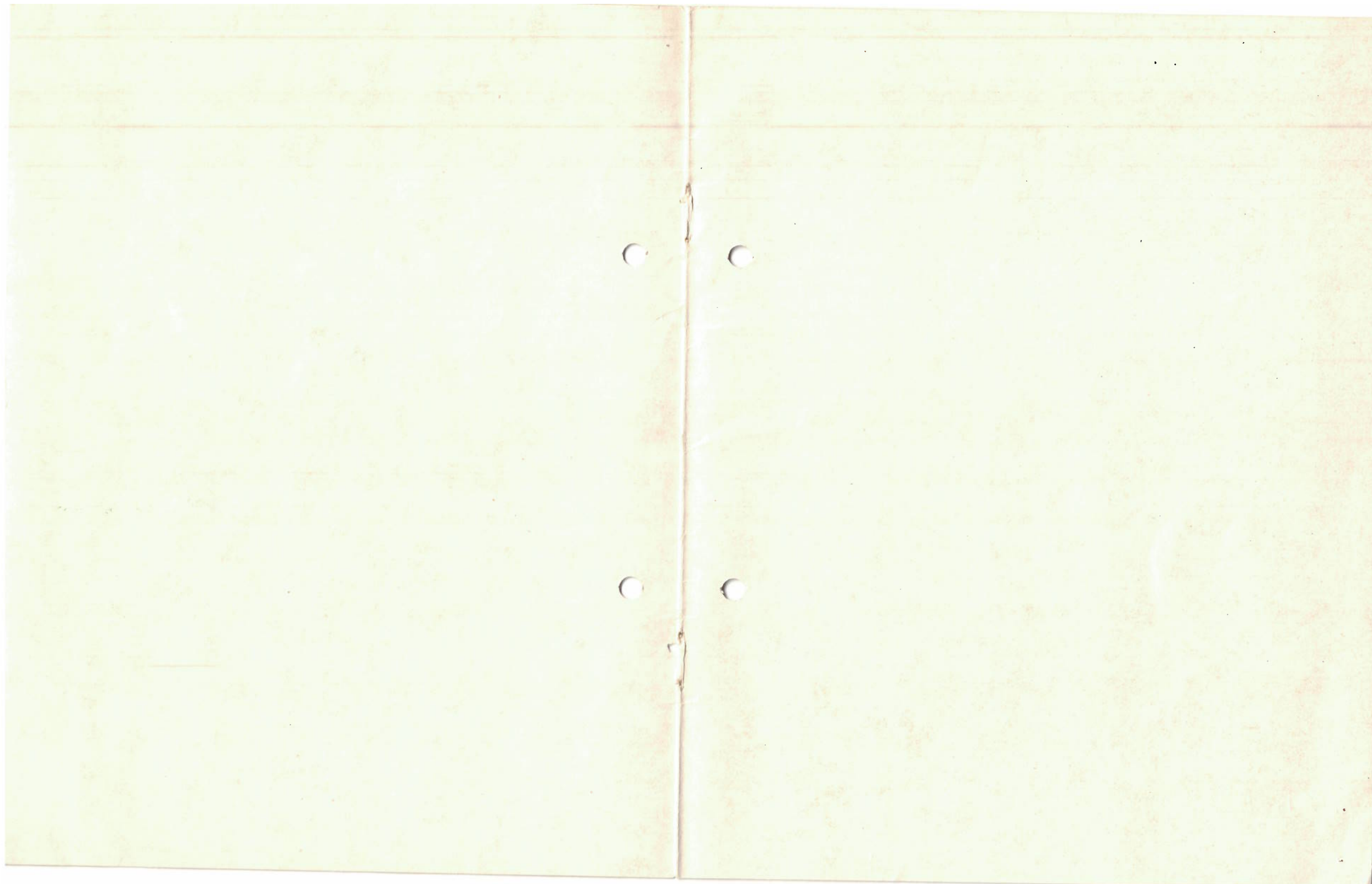


LA VERDAD NOS HARA LIBRES

PLAN DE ESTUDIOS
DE LA
LICENCIATURA EN
COMUNICACION

1981/82

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA



CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PRERRE- QUISITOS	HORAS SEM.	CREDI- TOS
4403	SO304	Ciencia Política II	SO208	4	8
5366	SO203	Administración Pública Federal I	SO113	4	8
5367	SO205	Administración Pública Federal II	SO203	4	8
5364	SO113	Teoría de la Administración Pública		4	8
5365	SO114	Evolución de la Administración Pública en México		4	8
5469	SO222	Sistema Político Mexicano		4	8
5471	SO309	Sistemas Políticos y Gobiernos Contemporáneos		4	8
		TOTAL:		FIJOS	64

NOTAS: Para cumplir con el Plan de Estudios de esta Licenciatura, únicamente se tomarán en cuenta las materias contenidas en él y dentro de las áreas que lo forman.
Para cursar los subsistemas es necesaria la asesoría del Departamento correspondiente.



LA VERDAD NOS HARA LIBRES

PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACION

1981/82

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA



PLAN DE ESTUDIOS
DE LA
LICENCIATURA EN
COMUNICACION

1981/82

UNIVERSIDAD AMERICANA

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PRERRE- QUISITOS	HORAS SEM.	CREDI- TOS
5702	DI253	Técnicas de Impresión IV	DI256	4	8
5697	DI256	Técnicas de Impresión I	DI113	4	8
2708	CM293	Técnicas Audiovisuales		4	8
2407	CM357	Publicidad III (Creativa)	CM214	4	8
TOTAL:				FIJOS	60

SUBSISTEMA No. 10 (Sociología Urbana)

5362	SO106	Introducción a la Investigación Social		4	8
5451	SO238	Sociología Urbana I		4	8
3080	SO355	Sociología Urbana II	SO238	4	8
5507	SO404	Seminario de Sociología Urbana	SO238	4	8
5492	SO117	Seminario de Investigación I	SO106	4	8
5494	SO119	Práctica de Campo I	SO117		16
5443	SO121	Seminario de Investigación II	SO117	4	8
TOTAL:				FIJOS	64

SUBSISTEMA No. 11 (Sociología Rural)

5362	SO106	Introducción a la Investigación Social		4	8
5452	SO242	Sociología Rural I		4	8
3075	SO350	Sociología Rural II	SO242	4	8
5505	SO402	Seminario de Sociología Rural	SO242	4	8
5492	SO117	Seminario de Investigación I	SO106	4	8
5494	SO119	Práctica de Campo I	SO117		16
5443	SO121	Seminario de Investigación II	SO117	4	8
TOTAL:				FIJOS	64

SUBSISTEMA No. 12 (Sociología de la Educación)

5362	SO106	Introducción a la Investigación Social		4	8
5453	SO243	Sociología de la Educación I		4	8
3078	SO353	Sociología de la Educación II	SO243	4	8
5506	SO403	Seminario de Sociología de la Educa- ción	SO243	4	8
5492	SO117	Seminario de Investigación	SO106	4	8
5494	SO119	Práctica de Campo I	SO117		16
5443	SO121	Seminario de Investigación II	SO117	4	8
TOTAL:				FIJOS	64

SUBSISTEMA No. 13 (Ciencias Políticas y Administración Pública)

5498	SO208	Ciencia Política I		4	8
------	-------	--------------------	--	---	---

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PRERRE- QUISITOS	HORAS SEM.	CREDI- TOS
4641	LT287	Modelos Literarios II		4	8
4682	LT279	Narrativa Latinoamericana I		4	8
4683	LT280	Narrativa Latinoamericana II		4	8
4686	LT283	Poesía y Poética Latinoamericana I		4	8
4687	LT284	Poesía y Poética Latinoamericana II		4	8
4645	LT288	Perspectivas de la Literatura Mexicana		4	8
4679	LT264	Historia de las Teorías Literarias		4	8
TOTAL:				FIJOS	64

SUBSISTEMA No. 8 (Filosofía)

El número de créditos para cumplir con el subsistema es de 64. Compuesto por 32 créditos obligatorios y 32 créditos optativos a elección del alumno. Estos créditos sólo pueden cubrirse con las materias optativas del subsistema de Filosofía que aparecen en este plan.

MATERIAS OBLIGATORIAS (32 créditos)

5375	FL205	Lógica I		4	8
2273	FL315	Estética		4	8
5381	FL366	Ontología I		4	8
5387	FL372	Ética I		4	8
TOTAL:				FIJOS	32

MATERIAS OPTATIVAS (32 créditos)

5376	FL102	Introducción a la Filosofía del Arte		4	8
5373	FL201	De los Presocráticos a Platón		4	8
5374	FL209	Aristóteles y la Escuela Peripatética		4	8
5377	FL362	Helenismo y Patrística		4	8
5382	FL367	Filosofía Medieval		4	8
2753	FL332	Del Renacimiento a la Ilustración		4	8
5391	FL377	Kant y el Idealismo Alemán		4	8
5396	FL384	Filosofía del Siglo XIX		4	8
5397	FL385	Filosofía del Siglo XX		4	8
TOTAL:				Mínimo	32

SUBSISTEMA No. 9 (Diseño Gráfico)

5574	DI113	Introducción a las Artes Gráficas		4	8
5694	DI157	Tipografía I		4	8
2355	AU190	Dibujo Natural I		4	8
5435	DI206	Taller de Artes Gráficas		4	4

SENADO UNIVERSITARIO

ING. JUAN ABUD Y SAINT MARTIN
 SR. FRANCISCO ALFIERI HUITRON
 C.P. WILFRIDO J. CASTILLO SANCHEZ MEJORADA
 DR. ERNESTO DOMINGUEZ QUIROGA
 DR. CARLOS ESCANDÓN DOMINGUEZ
 LIC. LUIS GONZALEZ MORFIN
 SR. FERNANDO HERNANDEZ OBREGON
 SR. ARMANDO LEÑERO OTERO
 MTRO. MIGUEL MANSUR KURI
 ING. ADOLFO PATRON LUJAN
 MTRO. AGUSTIN ROZADA ETCHEGARAY
 LIC. MIGUEL ANGEL ZARCO NERI

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR ESPECIFICANTE	PRERRE- QUISITOS	HORAS SEM.	CREDI- TOS
2411	CM464	Guionimos de Televisión II	CM363	4	8
2413	CM466	Producción de Televisión II (Lab.)	CM351	4	4
2415	CM468	Televisión Educativa	CM211	4	8
5955	CM470	Producción de Televisión III (Lab.)		4	4
5956	CM471	Producción de Televisión IV (Lab.)		4	4
5957	CM472	Géneros y Formatos		2	4
5958	CM473	Televisión Pública y Rural		2	4
5959	CM475	Televisión Experimental		2	4
TOTAL:				FIJOS	60

SUBSISTEMA No. 5 (Teoría de Investigación de la Comunicación)

5479	CM411	Investigación de la Comunicación V	CM497	4	8
6057	CM412	Investigación de la Comunicación VI	CM411	4	8
6058	CM413	Procesamiento y Análisis de Datos I	CM497	4	8
6060	CM414	Prácticas de Campo III	CM479	2	4
6061	CM415	Prácticas de Campo IV	CM479	2	4
6059	CM416	Procesamiento y Análisis de Datos II	CM413	2	4
5463	CM417	Teoría de la Comunicación VII	CM203	4	8
5467	CM418	Teoría de la Comunicación VIII	CM417	4	8
2419	CM478	Prácticas de Campo I	CM497	2	4
2548	CM479	Prácticas de Campo II	CM478	2	4
TOTAL:				FIJOS	60

SUBSISTEMA No. 6 (Radio)

5481	CM304	Laboratorio de Producción de Radio I	CM212	4	4
5484	CM311	Periodismo Radiofónico	CM210, CM212	4	8
5485	CM312	Empresa Radiofónica	CM212	4	8
5487	CM314	Radio Educativa	CM212	4	8
5488	CM315	Cultura Musical (Laboratorio)	CM212	4	4
6064	CM352	Sociología de la Radiodifusión	CM212	4	8
6065	CM353	Radio Comparada	CM212	4	8
6062	CM358	Guionismo Radiofónico I	CM212, LT121	4	4
6063	CM361	Guionismo Radiofónico II	CM358	4	4
5482	CM403	Laboratorio de Producción de Radio II	CM304	4	4
TOTAL:				FIJOS	60

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PRERRE- QUISITOS	HORAS SEM.	CREDI- TOS
-------	-------	---	---------------------	---------------	---------------

SUBSISTEMA No. 7 (Literatura Latinoamericana)

4647	LT286	Modelos Literarios I		4	8
------	-------	----------------------	--	---	---

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR ESPECIFICANTE	PRERRE- QUISITOS	HORAS SEM.	CREDI- TOS
5947	CM407	Seminario de Periodismo Cultural	CM210	2	4
5948	CM408	Seminario de Periodismo Científico	CM210	2	4
5949	CM409	Seminario de Periodismo y Literatura	CM210	2	4
TOTAL:				Mínimo	60

SUBSISTEMA No. 2 (Cine)

2530	CM252	Laboratorio de Fotografía Fija I		4	4
2273	FL315	Estética		4	8
6144	CM328	Dirección Escénica	CM213	4	4
2705	CM343	Lenguaje Cinematográfico	CM213	4	8
2706	CM344	Laboratorio de Cine I	CM213	4	4
2401	CM345	Laboratorio de Cine II	CM344	4	4
2404	CM349	Laboratorio de Realización I	CM344	4	4
2405	CM350	Historia de las Teorías Cinematográficas	CM213	4	8
5950	CM362	Guionismo de Cine I (Producción)	LT121	4	4
5951	CM410	Guionismo de Cine II (Adaptación)	LT121	4	4
2402	CM447	Montaje	CM344	4	8
TOTAL:				FIJOS	60

SUBSISTEMA No. 3 (Publicidad y Comunicación de Instituciones)

2299	AD101	Introducción a la Administración		4	8
5303	AD250	Fundamentos de Mercadotecnia	AD101	4	8
5304	AD251	Administración de Personal	AD101	4	8
2303	AD220	Elementos de Mercadotecnia	AD101	4	8
5952	CM354	Comunicación de Instituciones II (Externas)	CM237	2	4
5953	CM355	Comunicación de Instituciones III (Internas)	CM354	2	4
2406	CM356	Publicidad II (Administrativa)	CM214	4	8
2407	CM357	Publicidad III (Creativa)	CM214	4	8
2409	CM461	Seminario de Casos Prácticos sobre Mercadotecnia y Publicidad	AD250	2	4
TOTAL:				FIJOS	60

SUBSISTEMA No. 4 (Televisión)

2273	FL315	Estética		4	8
5954	CM351	Producción de Televisión I (Lab.)	CM211	4	4
2410	CM363	Guionismo de Televisión I	CM211, LT121	4	8

AUTORIDADES Y FUNCIONARIOS INSTITUCIONALES

DR. ERNESTO DOMINGUEZ QUIROGA	RECTOR
DR. CARLOS ESCANDON DOMINGUEZ	DIRECTOR GENERAL ACADEMICO
ARQ. GUILLERMO CASAS PEREZ	DIRECTOR GENERAL DE UNIDADES REGIONALES
LIC. JESUS ANDRES CARRANZA	DIRECTOR GENERAL DE FINANZAS
SR. ARMANDO LEÑERO OTERO	DIRECTOR GENERAL DE PROMOCION Y RELACIONES
MTRO. LUIS VERGARA ANDERSON	DIRECTOR GENERAL DE PLANEACION
LIC. JOSE ANTONIO OUTON MATO	DIRECTOR DE DEPARTAMENTOS
ING. GUILLERMO MARTINEZ DEL C.	DIRECTOR DE CENTROS
FIS. BALDOMERO CARRERA S.	DIRECTOR DE SERVICIOS ESCOLARES
LIC. EFRAIN GONZALEZ MORFIN	COORDINADOR GENERAL DE ASUNTOS JURIDICOS
MTRO. RODOLFO MENDOZA	COORDINADOR GENERAL DE BECAS

CLAVE	SIGLA	MATERIAS OPTATIVAS DEL AREA MAYOR	PRERRE-QUISITOS	HORAS SEM.	CREDI-TOS
5940	CM236	Temas Selectos en Comunicación (Literatura)		2	4
5941	CM238	Temas Selectos en Comunicación (Psicología)		2	4
5942	CM239	Temas Selectos en Comunicación (Educación)		2	4
5465	CM240	Temas Selectos en Comunicación (Tecnología)		2	4
TOTAL:				Mínimo	8

CLAVE	SIGLA	MATERIAS DEL AREA MENOR ESPECIFICANTE	PRERRE-QUISITOS	HORAS SEM.	CREDI-TOS
-------	-------	---------------------------------------	-----------------	------------	-----------

SUBSISTEMA No. 1 (Periodismo)

El mínimo de créditos para cumplir con el Subsistema es de 60. Compuestos por: 56 créditos obligatorios y 4 créditos optativos a elección del alumno. Estos créditos sólo pueden cubrirse con las materias optativas del subsistema de periodismo que aparecen en este plan.

Materias Obligatorias (56 créditos)

5472	CM301	Periodismo II (Medios)	CM210	2	4
2380	CM307	Opinión Pública	CM210	2	4
5483	CM310	Periodismo III (Empresa)	CM210	2	4
5486	CM313	Teoría de la Información Periodística I (Sociología)	CM210	4	8
5466	CM326	Teoría de la Información Periodística II (Historia)	CM210	4	8
5474	CM330	Prensa Comparada I	CM210	2	4
5475	CM332	Prensa Comparada II	CM210	2	4
2395	CM333	Laboratorio de Periodismo I	CM210	4	4
2396	CM334	Laboratorio de Periodismo II	CM333	4	4
5943	CM341	Taller de Géneros Periodísticos I	CM210, LT121	4	4
5477	CM347	Periodismo Interpretativo	CM333, CM341	2	4
5944	CM348	Taller de Géneros Periodísticos II	CM210, LT121	4 ^d	4

Materias Optativas (4 créditos)

2530	CM252	Laboratorio de Fotografía Fija I		4	4
5945	CM405	Seminario de Periodismo Político	CM210	2	4
5946	CM406	Seminario de Periodismo Económico	CM210	2	4

CLAVE	SIGLA	MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA MAYOR	PRERRE- QUISITOS	HORAS SEM.	CREDI- TOS
5876	PS107	Organización Familiar		4	8
2382	CM210	Periodismo I	CM203	4	8
5937	LT210	Lingüística		4	8
5935	SO210	Corrientes Sociológicas Contemporáneas	SO118	4	8
5931	FL211	Pensamiento Filosófico en el México Actual		4	8
2383	CM211	Televisión I	CM203	4	8
2384	CM212	Radio I	CM203	4	8
2385	CM213	Cine I	CM203	4	8
2386	CM214	Publicidad I	CM203	4	8
5470	CM237	Comunicación de Instituciones I	CM203	2	4
2276	LT259	Discurso Literario I		2	4
2822	LT260	Discurso Literario II		2	4
2289	LT261	Discurso Literario III	LT259	2	4
2823	LT262	Discurso Literario IV	LT259	2	4
5899	PS277	Psicología de la Comunidad	PS113	4	8
5473	CM302	Teoría de la Comunicación III (Sociología)	CM203	4	8
5480	CM303	Teoría de la Comunicación IV (Psicología)	CM203	4	8
5501	SO303	Sociología Latinoamericana		4	8
2269	FL317	Filosofía de la Ciencia		4	8
5476	CM401	Teoría de la Comunicación V (Interpersonal)	CM203	4	8
5478	CM402	Teoría de la Comunicación VI (Filosofía)	CM203	4	8
2418	CM476	Investigación de la Comunicación III	CM309	4	8
5460	CM497	Investigación de la Comunicación IV	CM476	4	8
		TOTAL:		FIJOS	172

CLAVE	SIGLA	MATERIAS OPTATIVAS DEL AREA MAYOR	PRERRE- QUISITOS	HORAS SEM.	CREDI- TOS
-------	-------	-----------------------------------	---------------------	---------------	---------------

Para cubrir los créditos del Area Mayor se tiene opción a elegir 8 créditos entre las materias que a continuación se mencionan, o bien de una Area Menor Especificante que no sea la suya.

5938	CM234	Temas Selectos en Comunicación (Sociología)		2	4
5939	CM235	Temas Selectos en Comunicación (Filosofía)		2	4

LICENCIATURA EN COMUNICACION

ADSCRITA AL DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

1.- NOMBRE DEL DIRECTOR

Dr. Fernando Morett

2.- MIEMBROS DEL CONSEJO TECNICO

Lic. Luis Cuevas, Mtro. Jorge González, Lic. Tirso Limón, Lic. Luis Javier Mier, Dr. Fernando Morett, Lic. Patricia Torres Maya. Alumnos: Sr. Tarsicio García, Sr. Francisco Guarnero, Ing. Fernando Muro, Sr. Mario San Román.

3.- PERSONAL ACADEMICO DE TIEMPO

Prof. Luis Albarrán Oscos, Lic. Martha Alcocer, Lic. Tirso Limón Márquez, Lic. Luis Javier Mier Vega, Dr. Fernando Morett López, Mtro. Francisco Prieto Echaso, Lic. Guillermo de la Tijera Garzafox, Lic. Patricia Torres Maya.

4.- DESCRIPCION DEL DEPARTAMENTO

El Departamento ofrece la Carrera de Comunicación a nivel de Licenciatura y la maestría en comunicación a nivel de posgrado.

La Licenciatura en Comunicación está encaminada a preparar profesionales —mediante el estudio teórico, la aplicación de las distintas metodologías de investigación y la realización de prácticas— para los siguientes campos:

- Análisis de mensajes y semiótica.
- Investigación empírica de la comunicación.
- Periodismo.
- Cine.
- Televisión.
- Radio.
- Publicidad y Comunicación de Instituciones.

La Licenciatura en Comunicación consta de 432 créditos. De ellos 392 corresponden a cursos escolarizados, 24 a Servicio Social y 16 a la opción terminal.

Los 392 créditos escolarizados pueden cursarse en un número variable de semestres, pero se estima que nueve semestres es el lapso ideal.

Durante los seis primeros semestres los alumnos cursan las asignaturas que les daran una base sólida y uniforme, tanto en lo que se refiere a la teoría, inves-

tigación, medios y formas de la comunicación, como a las distintas disciplinas con las que su estudio se relaciona. En los últimos semestres cada alumno cursa las materias que forman la especialización que ha elegido. La licenciatura ofrece seis especializaciones en comunicación, así como especializaciones en Filosofía, Literatura Hispano-Mexicana, Sociología y otras disciplinas afines.

El Departamento de Comunicación busca formar auténticos profesionistas, capaces de aunar a un haz orgánico de conocimientos teóricos humanistas, un conjunto armónico de técnicas que le permitan el ejercicio público y permanente de ese saber, en que se entrelazan jerárquicamente ciencia y técnica, práctica y teoría.

El fundamento teórico en que se finca la carrera de comunicación, comprende un grupo de ciencias (conocimientos sistemáticos dotados de unidad y generalidad) filosóficas y sociales. Gracias a éstas, puede el estudiante elaborar una visión razonada y crítica, integral y profunda, de los problemas del hombre en la circunstancia actual. Por su parte, las técnicas de difusión constituyen el vehículo, el instrumento, el canal de transmisión y comunicación interhumana de la cosmovisión así obtenida. La comunicación supone un mensaje que transmitir e instrumentos de difusión de ese mensaje.

La carrera consta por tanto de dos secciones armónicamente complementarias. La primera está integrada por las ciencias de la cultura, ciencias humanas. La segunda, por las ciencias y técnicas de la comunicación.

5.— FECHA DE FUNDACION DE LA CARRERA

Febrero de 1960.

6.— ASPECTOS SOCIALES DE LA REALIDAD MEXICANA A QUE ATIENDE FUNDAMENTALMENTE EL PLAN DE ESTUDIOS

La comunicación es un proceso variable que favorece o dificulta el desarrollo integral del país, por lo que el Plan de Estudios atiende, fundamentalmente, a la preparación de profesionales que actúen como facilitadores de ese desarrollo.

Se busca colaborar en la elevación del ambiente técnico, automatizado y pragmático, en que vive el hombre medio de hoy. Se pretende, mediante la preparación de comunicadores educados en el humanismo, restablecer el roto equilibrio entre la técnica y la cultura.

Los medios de comunicación deben ser los canales que irradian el mensaje cultural. Prensa, Radio, Cine, Televisión y las nuevas tecnologías comunicaciona-

PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACION

El Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación se forma de la siguiente manera:

Materias Obligatorias del Area Básica	112 créditos
Materias Obligatorias del Area Mayor	172 "
Materias Optativas del Area Mayor	8 "
*Materias del Area Menor	60 "
Materias del Area de Integración	40 "
Servicio Social	24 "
Area de Titulación (Opción Terminal)	16 "
El número mínimo de créditos requeridos para optar por el título es de:	432 créditos

*Según el subsistema que se elija.

CLAVE	SIGLA	MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA BASICA	PRERREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
4078		Prerrequisito de Inglés		0	0
2376	CM102	Teoría de la Comunicación I		4	8
2482	PS113	Psicología Social		4	8
5491	SO116	Introducción al Pensamiento Sociológico		4	8
5930	DE104	Derecho y Comunicación Colectiva		4	8
5493	SO118	Teoría Sociológica I		4	8
5883	LT120	Taller de Expresión y Composición Escrita I		4	4
5934	LT121	Taller de Expresión y Composición Escrita II	LT120	4	4
2323	AN202	Sociología y Antropología Social en México		4	8
2700	CM203	Teoría de la Comunicación II	CM102	4	8
2758	FL251	Filosofía Social		4	8
2381	CM308	Investigación de la Comunicación I	CM102	4	8
2701	CM309	Investigación de la Comunicación II	CM308	4	8
5350	FL386	Filosofía del Hombre		4	8
2295	HI325	Historia de México Contemporáneo		4	8
2258	FL319	Teoría del Conocimiento		4	8
		TOTAL:		FIJOS	112
CLAVE	SIGLA	MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA MAYOR	PRERREQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
5458	CM106	Semiótica	LT210	4	8

les, deben contribuir a la elevación del nivel intelectual, artístico y humano del hombre técnico de nuestros tiempos. Los medios de comunicación deben estar puestos al servicio de los valores que ennoblecen y dignifican la vida humana.

7.— OBJETIVOS DE LA CARRERA

Preparar teóricos e investigadores que puedan emplear las técnicas existentes del diseño, elaboración, producción y análisis de mensajes, en los diversos campos de la comunicación, con una sólida formación intelectual que someta la técnica al espíritu.

La carrera de comunicación como ciencia pluridisciplinaria se nutre de distintas ramas del conocimiento humano, principalmente de: Filosofía, Psicología, Sociología, Literatura y Arte.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Al término de la carrera el alumno será capaz de:

- 7.1 Interpretar la realidad social, económica, política y cultural del país, a través de los diversos tipos de mensajes que produzca.
- 7.2 Realizar en el ejercicio profesional de la comunicación colectiva una labor crítica y creativa que promueva el desarrollo de la sociedad de acuerdo a la justicia social, a través de los medios colectivos de comunicación.
- 7.3 Diseñar y aplicar programas de desarrollo para diversos grupos y comunidades, a través de la comunicación humana grupal e individual.
- 7.4 Asesorar a Organismos e Instituciones en los programas para solucionar los conflictos inherentes a la comunicación humana entre las personas y los grupos.

8.— CAMPO DE TRABAJO DE LA PROFESION

El campo de trabajo para los egresados de la carrera de comunicación es amplio y diverso. Además del ejercicio profesional en los distintos medios de comunicación colectiva, innumerables instituciones y empresas requieren de expertos capaces de planear, crear y evaluar mensajes o campañas de comunicación.

El trabajo especializado en Cine, Radio, Televisión, Periodismo, Investigación Análisis de Mensajes, etc. no se limita, pues, a los medios colectivos. Empresas

e instituciones requieren comunicadores que realicen las actividades de difusión que implican los proyectos educativos, económicos y sociales.

9.- MODALIDADES DEL EJERCICIO DE LA PROFESION

Básicamente se presentan las siguientes modalidades en el ejercicio de la profesión.

Creación y producción de mensajes. Por ejemplo: periodista, creativo publicitario, productor de cine, televisión y radio, guionista, etc.

Planeación y ejecución de programas de comunicación. Por ejemplo: ejecutivo publicitario, gerente de relaciones públicas, gerente de difusión, coordinador de programas de comunicación, asesor, etc.,

Investigación y Docencia.

10.- CAPACIDAD Y HABILIDADES QUE REQUIERE LA PRACTICA PROFESIONAL

APTITUDES

Capacidad de análisis y síntesis, habilidad para la expresión oral y escrita, habilidad para captar formas y partes, capacidad de inventiva.

INTERESES VOCACIONALES

Interés por comunicarse con las personas, inclinaciones científicas y técnicas, gusto por la expresión humana en forma escrita, afición por actividades artísticas, atracción por situaciones que impliquen interacción y análisis de problemas sociales.

CARACTERISTICAS GENERALES DE LA PERSONALIDAD

Sociabilidad, flexibilidad, preocupación social, firmeza e introspección.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

**PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN
COMUNICACION**

1981-1982