

PAIS	Coordinador Responsable	DIRECCION
MEXICO	Cristina Romo de Rosell	Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación -CONEICC- ITESO Niños Heroes 1342-8 Guadalajara Jal. México.
NICARAGUA	Mario F. Espinosa	Escuela de Periodismo Facultad de Humanidades Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua -UNAN- Recinto Universitario Ricardo Morales Aviles, Managua, Nicaragua.
PANAMA	P. Pablo Varela S.	Escuela de Comunicación Social Universidad Santa María La Antigua Panamá, Panamá.
PARAGUAY	Gladys Solano López	Facultad de Filosofía Universidad Nacional de Asunción Comandante Gamarra y Gobernador Irala, Asunción, Paraguay
PERU	Amador Rojas	Programa Académico de Ciencias de la Comunicación Universidad Católica de Santa María Av. San José s/n, Urbanización Umacollo Arequipa, Perú.
PUERTO RICO	Helga Serrano	Escuela de Comunicación Pública Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras, Casilla 21880 San Juan 00931, Puerto Rico
SANTO DOMINGO	Rafael Núñez	Facultad de Humanidades Departamento de Comunicación Social Universidad Autónoma de Santo Domingo Santo Domingo, Rep. Dominicana.
URUGUAY	Daniel Álvarez	Departamento de Medios de Comunicación Social -DEMCOS- Instituto de Filosofía, Ciencias y Letras Av. 8 de Octubre 2738 Montevideo, Rep. del Uruguay.
VENEZUELA	Juan Páez Avila	Escuela de Comunicación Social Facultad de Humanidades y Educación Universidad Central de Venezuela Caracas, Venezuela.

La escuela se funda en Agosto 26 de
1976

Se incorpora a la Secretaría de Educación
Pública el 2 de septiembre de 1981 y
se modifica en nombres y clases el programa
de estudios.

MEDIOS	EQUIPOS	DEPENDEN DE	
		LA FACULTAD	OTRA DEPENDENCIA DE LA UNIVERSIDAD
Audiovisuales	Proyector diapositivas	x 2	
	Sincronizador	x 1	
	Disolver		
	Sala de proyecciones.		
Radio	Emisora A.M.		
	Emisora F.M.		
	Estudio de Grabación	x	
	Grabadoras portátiles.		
Escriba la potencia en KW de su emisora(s):			
Cine	Cámaras 35 mm.		
	Cámaras 16 mm.		
	Cámaras 8 mm. (Super 8).		x
	Editora		x
Otros Equipos	Empalmadora		
	Sala de proyecciones.		
	Proyector 35 mm.		
	Proyector 16 mm.		
	Proyector 8 mm. (Super 8)		x
	Iluminación		x

V. PLAN DE ESTUDIOS

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

- Escriba las asignaturas que se dictan durante toda la carrera.
- Al lado de cada una, mencione el número de horas de clase semanal, incluyendo tanto las clases teóricas, como las prácticas (laboratorios, talleres, etc.).
- Si el plan de estudios posee alguna división de orden temático, señálelo con líneas horizontales que separen los grupos (ejemplo: Área de Cultura General, Área de Investigación, Área de Expresión, etc.).
- 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
Erick de la Parra	Relaciones Públicas
José Chávez	Metodología de la Investigación en Com.
José Octavio Islas	Sociología de la Comunicación

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

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

Agradecemos su colaboración

CCC
A.I.
0105



UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA

ESCUELA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PUBLICAS

PLAN DE ESTUDIOS 1979

PRESENTACION

El siglo XX conocido como "el siglo de las comunicaciones" marca el inicio de nuevas especialidades que requieren profesionales aptos para el desarrollo de estas comunicaciones.

El periodismo empieza a impartirse como licenciatura hace 27 años apenas, la dinámica que impone la necesidad de un ser humano informado y los avances electrónicos, desarrollan los actuales medios de comunicación colectiva. La licenciatura incursiona en las Ciencias de la Información, y cuando apenas se implanta, surge un neologismo que adquiere vigor y que irrumpe en la vida cotidiana: la comunicación. Ahora se debe hablar en la licenciatura de comunicación colectiva. Pero en los últimos dos años los estudiosos del proceso de la comunicación y la realidad nos plantean el ampliar nuestros ámbitos y estudiar a la comunicación directa y a la comunicación grupal con semejantes ímpetus a la colectiva. Ahora hay que estudiar comunicaciones, necesitamos de especialistas que conozcan este campo y que empiecen a resolver los problemas que la comunicación presenta a cada momento.

Por otra parte, las Relaciones Públicas también muy recientes, han cubierto ámbitos que hasta hace menos de 10 años no existían. Instituciones públicas, privadas, asociaciones de todo tipo, han incluido dentro de su estructura una oficina o sección dedicada a las Relaciones Públicas e íntimamente ligada a la comunicación. La falta de profesionales en esta especialidad se resiente ya en la práctica, donde sólo administradores, psicólogos y aun vendedores tienen la responsabilidad de las Relaciones Públicas. Las Relaciones Públicas tienen la importancia de

la asesoría directa a los ejecutivos. Son toda una disciplina que requiere preparación y capacidad, cuya labor puede llevar al éxito o al fracaso a una institución.

LICENCIATURA EN COMUNICACIONES Y RELACIONES PUBLICAS

Se obtiene el título una vez cubiertos:

- 1) Las materias que integran el Plan de Estudios y que equivalen a 336 créditos
- 2) El Servicio Social
- 3) La tesis
- 4) El examen profesional

OBJETIVOS GENERALES

El profesional en Comunicaciones y Relaciones Públicas será capaz de:

1. Plantear, evaluar y resolver sistemáticamente problemas de Comunicaciones y Relaciones Públicas.
2. Emitir comunicaciones directas, grupales y colectivas con fines de bienestar social.
3. Producir mensajes adecuados a los medios de comunicación colectiva, grupal y personal, por medio de planear, recopilar, organizar, analizar, redactar y transmitir la información.
4. Explicar la realidad social en la que están inmersas las comunicaciones y las Relaciones Públicas.
5. Planear, organizar, elaborar, realizar y evaluar programas de Relaciones Públicas adecuados a los diversos tipos de público a que vayan dirigidos.
6. Explicar jurídicamente la situación de las Comunicaciones y las Relaciones Públicas delimitando sus responsabilidades como profesional.

CARACTERISTICAS DESEABLES DEL ESTUDIANTE

Aunque esta carrera permite que toda persona con deseos de comunicarse pueda ejercerla, el estudiante de estas especialidades tiene como características deseables:

- Habilidad para organizar y dirigir el trabajo de varias personas
- Facilidad para analizar y sintetizar hechos
- Capacidad de expresión oral y escrita por encima del término medio
- Capacidad para plantear y resolver problemas en condiciones apremiantes.

PERFIL DEL PROFESIONAL

El profesional en Comunicaciones y Relaciones Públicas es un analista de la estructura, transformaciones y posibilidades del proceso de la comunicación y de las Relaciones Públicas en nuestra realidad.

Para ello necesita de una base sólida de formación que ha -
llevado a la división de la carrera en seis áreas. Dos pertenecen a la estructura de la especialidad: *Comunicaciones y Relaciones Públicas*.

Las otras áreas comprenden la teoría, la metodología y la -
técnica necesarias para sostener aquella estructura.

Para la teoría está el área BÁSICA GENERAL que ubica al profesional dentro del contexto mundial y nacional y le ofrece conocimientos en disciplinas afines como periodismo, psicología y administración.

Para la metodología existe el área INSTRUMENTAL que dotará -
al profesional de instrumentos con aplicación inmediata a su campo de trabajo.

Finalmente para la técnica existen las áreas JURÍDICA y AUDIO-VISUAL. La primera ofrece elementos del Derecho que apoyan la actuación dentro de las instituciones y le conforman toda una ética profesional. La segunda permite que el egresado incursione en los campos audiovisuales participando en el proceso mismo de la comunicación.

CAMPO DE TRABAJO

El profesional en Comunicaciones y Relaciones Públicas puede trabajar como ejecutor y ejecutivo en instituciones públicas y privadas: comerciales, de publicidad, de propaganda dedicadas a la información, orientación, difusión, divulgación, periodismo y desde luego, a las relaciones públicas.

Aunque también puede desempeñar trabajos muy particulares y diversos dentro de los campos: jurídicos, de administración, de redacción, de reporterismo, de análisis de contenido, de opinión pública, de diseño gráfico, de radio, de cine, de televisión, de campañas de paquetes multimedia, de publicidad y de propaganda.

Puede trabajar en centros de investigación de las comunicaciones, y de la opinión pública.

Puede trabajar en la docencia a nivel medio y superior.

El ámbito es infinito: iniciativa privada, gobierno, rural, sindicatos, organizaciones educativas, culturales, religiosas, independientes y empresas periodísticas que manejan los medios de comunicación colectiva.

SERVICIO SOCIAL

El servicio social es un requisito para obtener el título de la Licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas.

Podrán hacer su servicio social los estudiantes que hayan terminado las asignaturas correspondientes al 5º semestre.

Trabajarán en cualquier institución relacionada con su campo de trabajo:

- Un año si recibe sueldo
- Seis meses sin goce de sueldo
- Como ayudantes de profesor impartiendo un mínimo de dos materias de curso normal en el área de su profesión.

Requisitos

1. La institución empleadora deberá presentar una solicitud por escrito explicando el tiempo, las funciones y los honorarios (en su caso) a los que estará sujeto el estudiante.
2. La escuela expedirá una hoja de autorización.
3. Al finalizar su servicio, el estudiante deberá presentar un informe por escrito del tiempo, actividades y, en su caso, sueldo devengado. Este informe deberá traer el visto bueno de la institución para la cual laboró.
4. La Escuela revisará el informe y expedirá un oficio donde considere que el estudiante ha cumplido con el Servicio Social.

REQUISITOS DE ADMISION

1. Certificado de Preparatoria de las áreas Humanística o Económico-Administrativa con promedio mínimo de B (OCHO), original y copia.
2. Acta de nacimiento, original y copia.
3. Seis retratos tamaño infantil, de frente con fondo blanco.
4. La documentación de alumnos provenientes de los Estados debe estar legalizada por el Oficial Mayor o Secretario de Gobierno, entregando además el certificado de Secundaria.
5. La documentación de alumnos extranjeros debe legalizarla el cónsul de México en su lugar de origen y la Secretaría de Relaciones Exteriores, entregando además el certificado de secundaria.

CURSO VESPERTINO

de 16:00 a 21:00 hs.

CUPO LIMITADO

Los interesados deberán entrevistarse con el Director de la carrera.

JUSTIFICACION

ORIGEN DEL PLAN DE ESTUDIOS 1979

El H. Consejo Técnico de la Escuela de Comunicaciones y Relaciones Públicas tiene entre sus funciones principales la de asesorar el aspecto académico de la carrera.

Por ello, y dadas las tendencias dinámicas que impone la misma especialidad, era necesario someter a una evaluación sistemática y rigurosa el Plan de Estudios 1977.

Como resultado de esa evaluación se descubrió que no existía una congruencia entre las materias, se carecía de una delimitación por áreas y no había criterios definidos en cuanto a los contenidos, por lo cual el Plan resultaba una suma de conocimientos diversos.

Estas fallas y ausencias en cuanto a los contenidos se reflejaban en la carencia de las descripciones de materias y de los programas oficiales. Por otra parte, ocasionaba que se repitieran - los temas en las distintas asignaturas y que cada profesor interpretara con su propia versión el título de la materia.

También se hizo notoria la carga excesiva de materias que tenían escasa utilidad dada la repetición de temas.

El aspecto administrativo resentía gravemente los anteriores inconvenientes. Faltaban especificar la seriación, los valores en créditos, las tablas de equivalencia con el Plan anterior.

Por lo anterior, el H. Consejo Técnico de la carrera decidió elaborar un nuevo currícula de materias, que se conocerá como Plan de Estudios 1979 con los siguientes criterios:

1. Integrar en forma coherente, simultánea, seriada y correlacionada las asignaturas del curriculum.
2. Elaborar áreas específicas que permitan también delimitar los campos de acción.
3. Proporcionar un número de materias adecuado de tal manera que permita al estudiante administrar su tiempo de estudio y de horas-clase.
4. Reducir el número de materias en los últimos semestres considerando los niveles de abstracción en los temas.
5. Reforzar el área básica general para tener una visión más completa de la situación del mundo y del país y entender con claridad los problemas de las Comunicaciones y las Relaciones Públicas.
6. Asegurar un conocimiento más sólido de materias metodológicas que doten al estudiante de instrumentos para ubicarse y realizarse con seguridad en los diferentes campos de acción.
7. Ampliar y precisar los contenidos de las materias para garantizar una cosinovisión de los temas y a la vez, estudiar con profundidad problemas específicos.
8. Plantear la tesis como el último trabajo académico, pero el primer trabajo profesional que permita al estudiante desarrollar las disciplinas que ha estudiado con base en una investigación profunda.
9. Elaborar descripciones de materias y programas por objetivos, número de créditos y de horas-clase que se complementen con los objetivos de la carrera, el perfil del profesional, el campo de trabajo y los requisitos para obtener un título.
10. Difundir ampliamente esta información más las tablas de equivalencias con los dos planes anteriores y aclarar cualquier duda que pudiera surgir entre el estudiante.

ESCUELA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PUBLICAS

PLAN DE ESTUDIOS 1979

(por semestres de curso)

1er. Semestre

Clave	Nombre de la asignatura	Créditos	Hrs/semana
111	Formación Social Mexicana I	8	4
121	Estudios Básicos sobre Conducta Humana (Psicología General)	8	4
211	Taller de Expresiones Oral y Escrita	8	4
241	Metodología del Aprendizaje y de la Investigación	8	4
311	Derecho I (Introduc. y Princ. Generales)	6	3
411	Comunicación I (Principios y Teoría)	8	4
	Suma	<u>46</u>	<u>23</u>

2do. Semestre

112	Formación Social Mexicana II	8	4
122	Conducta Humana en los Grupos (Psicología Social)	8	4
131	Administración General	8	4
242	Investigación Periodística	8	4
312	Derecho II (Civil y Mercantil)	6	3
511	Relaciones Públicas I	8	4
	Suma	<u>46</u>	<u>23</u>

3er. Semestre

<i>Clave</i>	<i>Nombre de la asignatura</i>	<i>Créditos</i>	<i>Hrs/semana</i>
115	Seminario de Historia del Periodismo	8	4
212	Taller de Estilística	8	4
221	Comunicación Gráfica	8	4
313	Derecho III (Constitución y Teoría del Estado Mexicano)	6	3
412	Comunicación II (Psicología de la Comunicación Colectiva)	8	4
512	Relaciones Públicas II	8	4
	Suma	46	23

4o. Semestre

113	Historia Mundial (Económica y Social)	8	4
132	Administración Aplicada	8	4
213	Expresión Periodística	8	4
222	Diseño Gráfico	8	4
413	Comunicación III (Sociología de la Comunic.)	8	4
	Suma	40	20

5o. Semestre

114	Acontecimientos Contemporáneos	8	4
231	Publicidad en la Comunicación Social	6	3
232	Propaganda en la Comunicación Social	6	3
513	Relaciones Públicas y Dirección	8	4
611	Producción Radiofónica	10	5
	Suma	38	19

6o. Semestre

<i>Clave</i>	<i>Nombre de la asignatura</i>	<i>Créditos</i>	<i>Hrs/semana</i>
243	Metodología de la Investigación en Comunicación	8	4
514	Seminario de Investigación en Relaciones Públicas*	16	4
612	Producción Televisiva	10	5
614	Producción Multimedia	10	5
	Suma	44	18

7o. Semestre

314	Responsabilidad Legal y Social de los Medios de Comunicación Colectiva	6	3
414	Comunicación IV (Opinión Pública y Análisis de Contenido)	8	4
415	Seminario de Investigación en Comunicación*	16	4
613	Producción Cinematográfica	10	5
	Suma	40	16

8o. Semestre

244	Seminario de Prácticas Profesionales	16	4
245	Seminario de Tesis*	20	4
	Total	336	

* Los créditos corresponden además de las horas-clase a horas de investigación. Una hora de investigación equivale a un crédito.

ESCUELA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PUBLICAS

PLAN DE ESTUDIOS 1979

(por semestres de curso)

TABLA DE SERIACION

1er. semestre

<i>Clave</i>	<i>Para cursar</i>	<i>Se requiere haber cursado</i>
111	Formación Social Mexicana I	Ninguna
121	Estudios Básicos sobre Conducta Humana (Psicología General)	"
211	Taller de Expresiones Oral y Escrita	"
241	Metodología del Aprendizaje y de la Investigación	"
311	Derecho I (Introduc. y Princ. Generales)	"
411	Comunicación I (Principios y Teoría)	"

2do. Semestre

112	Formación Social Mexicana II	111
122	Conducta Humana en los Grupos (Psicología Social)	121
131	Administración General	Ninguna
242	Investigación Periodística	241
312	Derecho II (Civil y Mercantil)	311
511	Relaciones Públicas I	Ninguna

3er. Semestre

115	Seminario de Historia del Periodismo	112 y 241
212	Taller de Estilística	211
221	Comunicación Gráfica	Ninguna
313	Derecho III (Constitucional y Teoría del Estado Mexicano)	311
412	Comunicación II (Psicología de la Comunicación Colectiva)	122 y 411
512	Relaciones Públicas II	511

4o. Semestre

<i>Clave</i>	<i>Para cursar</i>	<i>Se requiere haber cursado</i>
113	Historia Mundial (Económica y Social)	Ninguna
132	Administración Aplicada	131
213	Expresión Periodística	242 y 212
222	Diseño Gráfico	221
413	Comunicación III (Sociología de la Comunic.)	411

5o. Semestre

114	Acontecimientos Contemporáneos	113
231	Publicidad en la Comunicación Social	412 y 413
232	Propaganda en la Comunicación Social	412 y 413
513	Relaciones Públicas y Dirección	512 y 132
611	Producción Radiofónica	213

6o. Semestre

243	Metodología de la Investigación en Comunicación	241 y 411
514	Seminario de Investigación en Relaciones Públicas	513 y 241
612	Producción Televisiva	213 y 222
614	Producción Multimedia	222, 231 y 232

7o. Semestre

314	Responsabilidad Legal y Social de los Medios de Comunicación Colectiva	312 y 313
414	Comunicación IV (Opinión Pública y Análisis de Contenido)	243, 412 y 413
415	Seminario de Investigación en Comunicación	243, 412 y 413
613	Producción Cinematográfica	213 y 222

8o. Semestre

244	Seminario de Prácticas Profesionales	611, 612, 613 y 614
245	Seminario de Tesis	241, 514 y 415

AREA INSTRUMENTAL

Subárea Formas de Expresión

Taller de expresiones
Oral y escrita

Taller de estilística

Expresión periodística

Subárea Comunicación Gráfica

Comunicación Gráfica

Diseño gráfico

Subárea Publicidad y Propaganda

Publicidad en la
Comunicación Social

Propaganda en la
Comunicación Social

Subárea Metodologías

Metodología del aprendi-
zaje y de la investiga-
ción

Investigación
periodística

Metodología de la
investigación en
comunicación

Seminario de
Prácticas
Profesionales

Seminario
de tesis

AREA JURIDICA

Derecho I
(Introducción y
Principios Generales)

Derecho II
(Civil y Mercantil)

Derecho III
(Constitucional y
Teoría del Estado
Mexicano)

Responsabilidad Legal
y Social de los medios
de Comunicación Colectiva

AREA COMUNICACION

Comunicación I
(Principios y Teoría)

Comunicación II
(Psicología de la
Comunicación
Colectiva)

Comunicación III
(Sociología de la
Comunicación)

Comunicación IV
Opinión Pública
y Análisis de
Contenido)

Seminario de
Investigación
en Comunicaciones

AREA AUDIOVISUAL

Producción
Radiofónica

Producción
Televisiva

Producción
Cinematográfica

Producción
Multimedia

AREA BASICA GENERAL

Subárea Histórico - Social

Formación Social Mexicana I

Formación Social Mexicana II

Historia Mundial

Acontecimientos Contemporáneos

Seminario de Historia del Periodismo

Subárea comportamiento humano

Estudios básicos sobre conducta humana (Psicología Oral.)

Conducta humana en los grupos (Psicología Social)

Subárea Administración

Administración Oral.

Administración Aplicada

AREA RELACIONES PUBLICAS

Relaciones Públicas I

Relaciones Públicas II

Relaciones Públicas
y Dirección

Seminario de Investigación
en Relaciones Públicas

DESCRIPCION DE MATERIAS

1.1.1. FORMACION SOCIAL MEXICANA I - HISTORIA

Del origen a la primera década del Siglo XX

- a. La tierra: Del Calpulli al latifundio
- b.- La sociedad: Los conquistados y los conquistadores las influencias españolas, francesas, inglesas.
- c. La política: La conquista, la independencia, la reforma.
- d. México en la primera década del siglo
- e. Los movimientos precursores de la revolución

1.1.2. FORMACION SOCIAL MEXICANA II

De la revolución a nuestros días.

- a. El movimiento revolucionario: las corrientes
- b. El grupo Sonora, los zapatistas, los carrancistas, los villistas.
- c. La década de los veinte: la reestructuración del Estado Nacional.
- d. El callismo
- e. El cardenismo: el nuevo Estado
- f. Los regímenes siguientes sus cambios fundamentales
 - 1) El echeverrismo
 - 2) El régimen actual

1.1.3. HISTORIA MUNDIAL ECONOMICA Y SOCIAL
(Del feudalismo al imperialismo)

- a. La edad media: artesanos y comerciantes
- b. La revolución industrial
- c. El desarrollo del capitalismo: industriales y obreros
- d. El imperialismo: las transnacionales

1.1.4. ACONTECIMIENTOS CONTEMPORANEOS
(Historia del Siglo XX)

Los acontecimientos contemporáneos y el desarrollo de las comunicaciones: Historia

- a. Repercusiones de la Revolución Industrial al inicio del Siglo XX
- b. Los acontecimientos políticos más importantes del siglo
- d. Los acontecimientos sociales más importantes del siglo
- e. El desarrollo de las comunicaciones electrónicas: cine, radio, T.V., satélites de comunicación, informática

191.5. SEMINARIO DE HISTORIA DEL PERIODISMO

Origen del Periodismo; Periodismo en México, del origen a la actualidad. Historia e información.

- a. Desde las cuevas de Altamira a la invención de la imprenta
- b. De la hoja volante a los grandes consorcios periodísticos
- c. De las agencias informativas a los satélites de comunicación y hacia nuevos medios de información
- d. Origen del periodismo en México
- e. El periodista mexicano: los anónimos (El Ahuizote), Ricardo Flores-Magón, Francisco Zarco, Ignacio Ramírez, Vicente Leñero, Manuel Mejido, Guillermo Ochoa, Julio Sherer, Jacobo Zabudowsky, etc.
- f. El periodismo mexicano en la actualidad: autocensura, limitaciones políticas y económicas, el derecho a la información, la prensa marginal, la comunicación por la imagen

1.2.1. ESTUDIOS BASICOS SOBRE CONDUCTA HUMANA

Nociones de psicología general enfocadas a establecer una comunicación directa eficaz

- a. El individuo y la psique
- b. Temperamento y carácter
- c. Mecanismos de defensa
- d. Principales corrientes psicológicas

1.2.2. CONDUCTA HUMANA DE LOS GRUPOS

Bases de Psicología social orientadas hacia la comunicación grupal

- a. Psicología social, naturaleza
- b. Métodos en la Psicología social
- c. Orientaciones teóricas y su aplicación en el manejo de grupos
- d. Técnicas de conducción grupal que facilita mejores niveles de comunicación: estructuración, aceptación, técnicas recreativas, técnicas - sociométricas. La agresividad y su manejo

1.3.1. ADMINISTRACION GENERAL

Breves antecedentes históricos, principales Escuelas de la teoría - administrativa, el proceso administrativo.

- a. El desarrollo de la administración (Organismo Social y Admón. Empírica.).
- b. Orígenes de la Administración
- c. Principales Escuelas
 - 1) Cientifismo
 - 2) Humano Relacionismo
 - 3) Estructuralistas
 - 4) Neo-Humano Relacionista
 - 5) Administración Socialista
 - 6) Realidad Administrativa Actual
- d. La Administración en México
- e. El proceso Administrativo
 - 1) Planeación
 - 2) Organización
 - 3) Dirección
 - 4) Control

1.3.2. ADMINISTRACION APLICADA

Ambitos de aplicacion de la teoría y técnicas Administrativas, y las Interrelaciones administrativas entre los diferentes sectores

- a. Universalidad de la Administración
- b. Necesidad de conocer el contexto e interrelaciones que se producen - en los organismos sociales
- c. La administración en el sector Agropecuario
- d. La administración en el sector Industrial
- e. La administración en el sector Comercial y de Servicios
- f. La administración en el sector Público y Privado
- g. Interrelaciones Administrativas entre los diferentes sectores y sus efectos en los organismos sociales que los integran

2.1.1. TALLER DE EXPRESIONES ORAL Y ESCRITA

El lenguaje oral y escrito como medio de comunicación. Ejercicios y lecturas.

- a. El lenguaje como instrumento de comunicación
- b. Tipos y usos del lenguaje
- c. El orador y el redactor, semejanzas y diferencias
- d. El público y el lector, semejanzas y diferencias
- e. Las formas de discurso oral y escrito: descripción, narración argumentación y exposición.

2.1.2 TALLER DE ESTILÍSTICA

Corrección de estilo, corrección de originales, literatura Hispano-Americana - Taller.

- a. El estilo literario y el estilo periodístico
- b. El corrector de estilo: fondo y forma de los originales
- c. Signos de corrección de originales
- d. Cuento
- e. Ensayo
- f. Poesía
- g. Novela

2.1.3. EXPRESION PERIODISTICA
(Géneros Periodísticos)

La exposición periodística a través de los géneros:

Nota, noticia, crónica, entrevista, encuesta, reportaje, artículos de comentario y de opinión y editoriales. Taller intensivo

- a. La estructura técnica noticiosa (pirámides invertidas, normal o com
binada)
- b. Elementos distintivos de cada género periodístico
- c. Redacción de encabezados principales, secundarios y sumarios
- d. Redacción de notas, noticias, crónicas, entrevistas, encuestas, re-
portajes, artículos y editoriales

2.2.1. COMUNICACION GRAFICA

El desarrollo de la monografía como elemento de comunicación colectiva - Taller.

- a. Imagen
- b. Dibujos
- c. Caricaturas
- d. Fotografía
- e. Fotografía periodística

2.2.2. DISEÑO GRAFICO

La comunicación visual aplicada al campo del informador - Taller.

- a. El mensaje gráfico
- b. Elementos de composición
- c. Componentes de un diseño gráfico
 - 1) Tipografía
 - 2) Fotografía
 - 3) Dibujo
 - 4) Diagrama o dummy
- d. Apoyo de Artes Gráficas

2.3.1. PUBLICIDAD EN LA COMUNICACION SOCIAL

La publicidad origen y desarrollo como instrumento comercial y sus posibilidades.en la comunicación social.

Elaboración de mensajes y campañas para fines sociales.

- a. Origen
- b. Desarrollo
- c. La publicidad comercial
- d. La publicidad como instrumento de la comunicación social
- e. Mensajes
- f. Campañas
- g. La publicidad "oculta"

2.3.2. PROPAGANDA EN LA COMUNICACION SOCIAL

Usos y abusos de la propaganda

- a. Definición de propaganda. Propaganda como forma de comunicación
- b. La persuasión
 - 1) Persuasión comercial
 - 2) Persuasión política
- c. La validez y la moralidad en la propaganda
- d. Campañas

2.4.1. METODOLOGIA DEL APRENDIZAJE Y DE LA INVESTIGACION

Cómo aprender y cómo elaborar trabajos de investigación. Técnicas y elaboración de un trabajo de investigación.

- a. El aprendizaje y la motivación
- b. Técnicas de resumen, reseña, lectura, elaboración de exámenes
- c. El intelectual como investigador
- d. El proceso de investigación
 - 1) Diseño o Plan de Trabajo
 - 2) Recopilación de material
 - 3) Análisis y ordenación
 - 4) Exposición de los datos

2.4.2. INVESTIGACION PERIODISTICA

Metodología de la investigación periodística, informarse para informar.

- a. La investigación periodística y la investigación científica. Seme -
janzas y diferencias.
- b. Las "fuentes de información" de un comunicador
- c. La investigación a través la observación.
- d. La interrogación a las personas
- e. La investigación documental: la morgue, los archivos, los libros
- f. La información casual y la indirecta

2.4.3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION EN COMUNICACION

Elementos de estadística social, muestreo, escalas de opiniones y actitudes.

- a. Aplicaciones de la estadística social a la investigación en la co municación.
- b. La mediana, el modo, la media
- c. Curvas normales, de Gauss
- d. Muestreo: tipos
- e. La encuesta por muestreo para rating, para publicidad
- f. Escalas de opiniones y de actitudes

2.4.4. SEMINARIO DE PRACTICAS PROFESIONALES

Aplicación de conocimientos en casos concretos se harán 3 prácticas entre las siguientes:

- a. Elaboración de un programa de Relaciones Públicas
- b. Planeación y realización de un ciclo de conferencias
- c. Planeación y realización de un cine club
- d. Elaboración de un audiovisual
- e. Preparación de un paquete multimedia
- f. Diseño de una publicación interna
- g. Elaboración y publicación de reportajes, entrevistas, crónicas o artículos editoriales (mínimo de 5 géneros periodísticos)
- h. Elaboración y publicación de cuento, ensayo, novela, poesía (mínimo 2-géneros literarios)
- i. Planeación de una campaña de publicidad o propaganda
- j. Planeación y realización de una encuesta sobre opinión pública
- k. Elaboración de un programa de radio
- l. Elaboración de un cortometraje o documental
- m. Elaboración de un programa de televisión

2.4.5. SEMINARIO DE TESIS

Metodología y exposición de un tema relacionado con la carrera que culmine con una monografía o tesis.

- a. Diseño de investigación
- b. Recopilación del material
- c. Análisis y ordenación de los datos
- d. Redacción del texto
- e. Presentación del material

3.1.1. DERECHO I (INTRODUCCION Y PRINCIPIOS GENERALES)

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

- a).- Conceptos Fundamentales de Derecho
- b).- Fuentes Reales y Fuentes Formales
- c).- Contenido Específico de Derecho

- 1).- Constitucional
- 2).- Administrativo
- 3).- Agrario
- 4).- Internacional (Generalidades)

3.1.2. DERECHO II DERECHO CIVIL Y MERCANTIL

a. DERECHO CIVIL

- 1) Derecho Privado y Derecho Civil (Subjetivo, Objetivo, Absoluto, Relativo y Personales Reales)
- 2) Hechos y Actos Jurídicos
- 3) Concepto y clasificación de Personas
- 4) Concepto y clasificación de Bienes
- 5) Concepto y clasificación de obligaciones y el Contrato

b. DERECHO MERCANTIL

- 1) Fuentes
- 2) Hechos y Actos de Comercio
- 3) Empresa
- 4) El Comerciante
- 5) Sociedades Mercantiles (Generalidades)
- 6) Títulos de Crédito (Generalidades)
- 7) Obligaciones Mercantiles (Generalidades)
- 8) Contratos Mercantiles (Generalidades)

3.1.3. DERECHO III

NOCION-ES DE TEORIA DEL ESTADO Y DE DERECHO CONSTITUCIONAL)

Nociones de Teoría del Estado y del Derecho Constitucional enfocadas hacia el conocimiento dentro del siguiente curso del régimen legal - de los medios de comunicación colectiva.

- a. EL ESTADO:
Definición, caracter-ísticas, funciones
- b. DESARROLLO DEL REGIMEN LEGAL EN EL MUNDO
- c. LA CONSTITUCION:
Significado e importancia
- d. CONSTITUCIONES DE MEXICO
- e. LA CONSTITUCION DE 1917
- f. DESARROLLO DEL REGIMEN LEGAL EN MEXICO

3.1.4. RESPONSABILIDADES SOCIAL Y LEGAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION
COLECTIVA.

Situación jurídica de los medios de comunicación colectiva
Seminario de discusión sobre casos concretos.

- a. Etica profesional. Respeto a la vida privada, a la paz y a la moral
públicas.
- b. Artículos 6° y 7° Constitucionales
- c. Ley de Imprenta
- d. Ley Federal de Radio y T.V.
- e. El derecho a la información

6.1.1. PRODUCCION RADIOFONICA.

La radio como medio de comunicación colectiva, su origen, su metodología y su producción general - Taller.

- a. Origen
- b. Situación actual en México
- c. Redacción radiofónica
- d. El periodista radiofónico
- e. Tipos de programas: (Spots, campañas, breviaros, programas noticiosos.
- f. Producción de programas por radio

6.1.2 PRODUCCION EN TELEVISION

La televisión como medio de comunicación colectiva, origen, metodología, producción.

- a. Origen
- b. Situación en México
- c. Lenguaje e imagen
- d. El periodista de televisión
- e. Producción de noticieros, programas, spots, campañas
- f. Usos sociales de la televisión.

6.1.3. PRODUCCION CINEMATOGRAFICA

El cine como medio de comunicación colectiva, origen, producción
Taller

- a. Origen
- b. Situación en México
- c. Lenguaje cinematográfico
- d. El periodista cinematográfico
- e. Producción de cortometrajes y documentales

6.1.4. PRODUCCION MULTIMEDIA

Elaboración de paquetes multimedia como estrategias de comunicación, principalmente audiovisuales.

a. El paquete multimedia

- 1) Importancia
- 2) Usos
- 3) Proceso de elaboración

b. Audiovisuales

- 1) Usos
- 2) Elaboración

c. Recursos de apoyo: franelógrafo, imantógrafo, rotafolio, pizarrón, - cartel, etc.

- 1) Usos
- 2) Elaboración

4.1.1. COMUNICACION I (Principios y teorías)

Fundamentos de la comunicación. Teorías principales.

- a. El proceso de la comunicación: Elementos, tipología.
- b. Comunicación personal, de grupo y colectiva.
- c. La comunicación colectiva dentro de la estructura socioeconómica.
- d. Medios de comunicación y medios de información.
- e. Corrientes que estudian la comunicación.

4.1.2. COMUNICACION II

(Psicología de la comunicación colectiva)

- a. Definición
- b. Comportamientos "normal" y "patológico"
- c. Patrones de comunicación rurales y urbanos
- d. Psicología de la comunicación colectiva en México
- e. La psicología del mexicano en el proceso de la comunicación social

4.1.3. COMUNICACION III (Sociología de la comunicación)

La comunicación dentro de la estructura social

Análisis

- a. Sociología, definición
- b. Corrientes sociológicas: Comte
Durkheim, Marx, Weber
- c. La comunicación y la estructura social
 - 1) La interrelación
 - 2) Análisis de la estructura y superestructura
- d. La comunicación colectiva en M-éxico
- e. Cultura y comunicación
- f. Dependencia cultural

4.1.4. COMUNICACION IV

Examen del fenómeno de la opinión pública, medición de la opinión pública y técnicas del análisis de contenido

a. Opinión pública

- 1) Significado
- 2) Importancia
- 3) Manipulación y dependencia
- 4) Medición de la opinión

b. Escalas de actitudes y de opiniones

c. Análisis de contenido

- 1) Significado
- 2) Importancia dentro de la comunicación
- 3) Técnicas del análisis de contenido

4.1.5. SEMINARIO DE INVESTIGACION EN COMUNICACION

Investigación sobre temas específicos de la comunicación y discusión sobre sus alcances y perspectivas. Seminario base para la tesis.

- a. Selección de problemas de investigación
- b. Mesas redondas sobre el tema
- c. Discusión de trabajos
- d. Revisión de trabajos
- e. Monografía final

5.1.1. RELACIONES PUBLICAS I

Concepto, historia, medios, su vinculación con la empresa. Teoría.

- a. Concepto
- b. Objetivos
- c.- Nacimiento y desarrollo de las Relaciones Públicas
- d. Importancia actual de las R.P.
- e. Las R.P. y su función dentro de la empresa
- f. Importancia de programar las actividades de R.P.

5.1.2. RELACIONES PUBLICAS II

El proceso de las Relaciones Pùblicas. Teoría.

- a. Aplicación metodológica de la función de Relaciones Pùblicas
- b. Análisis de las fases de proceso de las Relaciones Pùblicas

5.1.3 RELACIONES PUBLICAS Y DIRECCION

La actividad relacionística como función directiva, en una empresa o como asesoría especializada.

- a. Análisis de ventajas y desventajas de los medios de comunicación - del relacionista.
- b. Descripción de las características de la actividad de Relaciones - Públicas con cada público de la empresa.
- c. Relación entre la responsabilidad social de las empresas y el ejercicio de la actividad.

5.1.4. SEMINARIO DE INVESTIGACION EN RELACION-ES PUBLICAS

Investigación sobre temas específicos de Relaciones Públicas y discusión sobre sus alcances y perspectivas. Seminario base para la tesis y para una especialización en algún campo de las Relaciones Públicas.

- a. Selección de problemas de investigación: las R.P. agrarias, internacionales, laborales, religiosas, etc.
- b. Mesas redondas sobre el tema
- c. Discusión de trabajo
- d. Revisión de trabajos
- e. Monografía final