

FEDERACION LATINOAMERICANA DE ASOCIACIONES DE FACULTADES DE ^{profesional}
COMUNICACION SOCIAL

CCU
AJ
0166

INFORMACION BASICA SOBRE LAS FACULTADES

País MEXICO
Ciudad VERACRUZ, VER
Nombre de la Institución (universidad, Instituto Superior, etc.)
UNIVERSIDAD VERACRUZANA
Nombre de la Facultad (Escuela, departamento, carrera, etc.)
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNICAS DE LA
Domicilio ARISTA Y ZARAGOZA COMUNICACION
H. VERACRUZ, VER Tel. 2-07-10
Nombre del decano (Director, coordinador, responsable)
LIC. ROMEO FIGUEROA BERMUDEZ
Título que otorga la facultad
LICENCIADO EN CIENCIAS Y TEC. DE LA
Año de Fundación 1954 COMU
Escolaridad previa para ingreso
PREPARATORIA - CURSO PROPEDEUTICO
Número de alumnos inscritos en 1982 Número de egresados desde su
fundación
-¿Tiene cursos de posgrado?
Maestría () temporales ()
doctorado () permanentes ()
no (X)
-¿A qué Asociaciones nacionales e internacionales pertenece su fa-
cultad? CONEICC

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

PRESANTACION

CCC
AT
0166

✓(2)

El Plan de Estudios que se somete a la consideración del H. Consejo del Area de Humanidades, es el resultado de casi dos años de trabajo al interior de la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Su estructuración representa, según se pudo constatar en foros nacionales e internacionales, una innovación en el ámbito de la enseñanza de la Comunicación en América Latina, y una adecuación a las actuales condiciones generales que se observan en la práctica comunicacional de nuestro país.

Las nuevas corrientes teóricas, las propuestas metodológicas y, sobre todo, la dinámica del ejercicio actual de la profesión del comunicador social, hicieron necesaria una revisión del currículum académico de la FACYTEC, la cual fue acordada por la H. Junta Académica en diciembre de 1981.

El resultado de dicha evaluación determinó, a su vez, la necesidad de reestructurar el Plan de Estudios para adecuarlo a las nuevas condiciones de la práctica comunicacional contemporánea y para evitar los errores, desfases e incongruencias localizados en el plan todavía vigente.

En esa línea, se procedió a la integración de la actual propuesta, que fue aprobada por la H. Junta Académica en dos sesiones del mes de agosto del año en curso.

No es, de ninguna manera, un proyecto rígido, inalterable y perfecto, pero constituye, sin duda, un avance sustancial con respecto a las condiciones en que actualmente se desarrollan las labores académicas en nuestra institución.

Su puesta en marcha, no obstante, implica la necesidad de contar con el apoyo de todas aquellas instituciones afines académicamente a la nuestra, principalmente al interior de la propia Universidad Veracruzana. Por ello, más que un voto de trámite, solicitamos reflexión, evaluación crítica y, fundamentalmente, colaboración, no sólo en este momento del Plan, sino a todo lo largo de su ejecución.

Gracias de antemano.

CONSIDERACIONES GENERALES

La integración del Nuevo Plan de estudios de la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana, no está fundamentada en la especulación, sino en líneas de trabajo desarrolladas a nivel nacional.

Un Documento publicado por ANUIES en 1981, por el maestro Angel Díaz Barriga nos dice lo siguiente: "Dado que la problemática de la elaboración de planes de estudio responde fundamentalmente a necesidades prácticas de las instituciones educativas, podemos agrupar los requisitos que se exigen para la elaboración en cinco elementos, a saber:

- a).- Diagnóstico de necesidades
- b).- Determinación de perfil y objetivos
- c).- Decisión sobre la estructura curricular.
- d).- Elaboración de programas de materia y
- e).- Evaluación del Plan de Estudios.

Sin embargo es pertinente señalar que la cobertura de cada uno de estos requisitos de guardar un rigor metodológico de primer orden. Dicho de otro modo: las argumentaciones y propuestas no deben reducirse a un simple discurso por parte de quienes elaboran el plan, sino que debe ser la síntesis de todo un proceso en el cual participa la comunidad docente y estudiantil, pero también se toma en cuenta la práctica profesional, las opiniones del mercado de trabajo, los colegios y asociaciones, de los organismos educativos, etc.

En lo que se refiere al nuevo plan de estudios de la FACYTC, es oportuno decir, que para cubrir el primer punto, relativo al diagnóstico de las necesidades, se partió de una evaluación general de los resultados que hasta marzo de 1982 se había tenido en la Institución con el plan de estudios vigente, reconociéndose de inmediato lo inadecuado de su estructura, básicamente por la existencia de las Mencionés, que como su nombre lo indica, buscaban la especialización en prensa escrita, radio, cine y televisión (audiovisuales) y relaciones públicas y publicidad, como los tres campos básicos de la comunicación social. Este fraccionamiento de la comunicación social, cuyo planteamiento original fué erróneo evidenció además, en la práctica una notoria desarticulación, más que nada porque las Mencionés, no formaban adecuadamente al egresado para cubrir las demandas del mercado de trabajo.

La FACYTC, es además miembro del CONEICC (Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación), organismo creado en 1976, que agrupa actualmente a 23 escuelas de Comunicación en el país, con una población de 15 mil estudiantes atendidos por más de mil profesores dedicados a la enseñanza y la investigación.

En el Foro de la Comunicación Social convocado por el Gobierno Federal a principios de mayo, el CONEICC presentó una ponencia en la cual textualmente se afirma :

"La enseñanza de la comunicación debe contemplar como objetivo fundamental la formación que permita conocer e integrar científicamente las teorías y técnicas de la comunicación con una actitud crítica, frente a los fenómenos sociales y una capacitación técnica y creativa en el manejo de los medios, instrumentos y formas de la comunicación, permanentemente alimentados por el proceso de investigación".

En otra parte, la autora, María Cristina Romo de Rosell, quien además es profesora del ITESO, señala que "la responsabilidad de las instituciones universitarias es la de formar profesionales capaces de aplicar los instrumentos teóricos, metodológicos y técnicos en una realidad social determinada".

Se dice también en la citada ponencia que el Gobierno Federal planteó el pasado 24 de marzo los objetivos fundamentales del Sistema Nacional de Comunicación Social, que constituye por otra parte el primer proyecto de comunicación social estatal.

Para la elaboración del perfil y los objetivos no se partió del supuesto de que la fuente de empleo debe ser la que define a la profesión, pues los requerimientos del mercado de trabajo (especialmente los medios de comunicación) y el conjunto de habilidades que deben desarrollar los profesionistas no serán siempre coincidentes, pues las empresas buscarán siempre mano de obra barata e intelectos que estén por el status quo.

Se tomó en cuenta, pero no se consideró en forma determinante, la opinión de los colegios de profesionales, pues con frecuencia definen como práctica profesional por excelencia aquella a la cual están vinculados, que no siempre es la más recomendable y nunca la única posible.

Consecuentemente, el nuevo Plan de estudios de la FACYTEC sostiene -- que:

1.- Hay plena coincidencia entre el diagnóstico de necesidades existentes en la institución FACYTEC y las detectadas por el CONEICC en la práctica social de la comunicación en México.

2.- Hay plena coincidencia entre la definición del perfil y los objetivos de la carrera de Lic. en Ciencias y Técnicas de la Comunicación (U.V.) y el tipo de comunicador social que se proponen formar las instituciones miembros del CONEICC.

La comisión del Plan de Estudios de la FACYTEC, por otra parte, ha

(2) ✓

Acerca de la estructura curricular

La estructura curricular del nuevo Plan de Estudios de la FACYTEC, considera la existencia de cuatro bloques de materias:

- A) Formación
- B) Investigación
- C) Planificación
- D) Producción

Las materias de Formación e Investigación constituyen las herramientas teóricas y metodológicas que aunadas a la formación humanística-crítica, permitirán al egresado una correcta lectura de su contexto social, identificando los principales problemas de comunicación existentes y contribuyendo a la modificación de las actuales prácticas de comunicación existentes. ② ✓

Las materias del bloque de Producción y Planificación constituyen - las técnicas de comunicación que el egresado utilizará para insertarse en el mercado de trabajo, desarrollando también su capacidad para planear y dirigir proyectos de comunicación.

A continuación, presentamos una tabla de porcentajes que contiene las cargas por áreas académicas del plan vigente y del que se propone:

Area	Plan actual	Nuevo Plan
Formación	57%	29%
Investigación	9%	13%
Planificación	0%	11%
Producción	34%	47%
Total	100 %	100 %

Debido a que en el plan de estudios vigente el alumno podía optar por una Mención específica a partir del 6o. semestre, su preparación en el área de Producción (de contenidos comunicacionales) era muy deficiente, pero además, por estar orientada hacia una rama específica de la comunicación, le impedía, en la práctica, tener opciones más amplias en el mercado ocupacional de la comunicación.

El nuevo Plan de Estudios reivindica la necesidad de poner un mayor énfasis en las materias de Producción, pero además, que las materias de este bloque sean genéricas y que no exista la supuesta especialización.

práctica de la comunicación social.

Investigar problemas de comunicación social

Planificar proyectos de comunicación social

Coordinar recursos humanos y materiales para la atención de necesidades de comunicación social.

Producir contenidos de comunicación social

Diagnosticar problemas sociales y comunicacionales

Identificar las condicionantes históricas, políticas, sociales y económicas de la comunicación social en México y América Latina.

Perfil del Comunicador Social

El Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación debe ser un profesional formado en la Investigación, la Planificación, la Coordinación y la Producción de contenidos de comunicación social. (2)

Deberá ser una persona consciente de las condicionantes sociales, económicas, políticas e ideológicas del proceso de la comunicación y de sus propias posibilidades de participación y transformación de la realidad social. Deberá ser un humanista creador e innovador.

Ha de ser un profesional que investigue y contribuya a transformar las condiciones imperantes en el ámbito de la producción, distribución y recepción de los mensajes para beneficio de la colectividad.

Como universitario podrá expresarse verbal y visualmente, mediante las tecnologías apropiadas, a través de cualquier medio de comunicación.

El anterior conjunto de habilidades profesionales se insertan dentro de un proceso de comunicación que debe tender a la ampliación de los cauces democráticos de la sociedad, satisfacer las necesidades de los sectores populares, con una visión crítica e interdisciplinaria de la problemática social.

PROYECTO DEL PLAN DE ESTUDIOS FAC. DE CIENCIAS Y TICS. DE LA COMUNICACION U.V.

AREA DE INVESTIGACION	AREA DE PLANIFICACION	AREA DE PRODUCCION	HRS.
COMUNICACION I SOCIOLOGICA	PLANIFICACION DE LA COMUNICACION I	LENGUAJE Y REDACCION I TEORIA DE LA IMAGEN TECNICA DE COM. ORAL.	
COMUNICACION III	PLANIFICACION DE LA COMUNICACION II	LENGUAJE Y REDACCION II FOTOGRAFIA I	
COMUNICACION III CIENCIAS Y CULTURA I	PLANIFICACION DE LA COMUNICACION III	LENGUAJE Y REDACCION III FOTOGRAFIA II DISEÑO GRAFICO	
SOCIALES Y CULTURA I	ADMINISTRACION GENERAL	REDACCION DE NOTICIAS I QUINISMO TALLER DE PRODUCCION AUDIOVISUAL I	
Y COM CULTURA II	ADMINISTRACION DE PROYECTOS	REDACCION DE NOTICIAS II TALLER DE PRODUCC. AUDIOV. II SONORIZACION	
DE LOS MEDIOS AD LA COMUNICACION	COMUNICACION ORGANIZACIONAL I	TALLER DE TIP. Y DIAGRAMADO PUBLICIDAD Y PROPAGANDA CULTURA CINEMATOGRAFICA	
TECNOMICOS Y IALES	COM. ORGANIZACIONAL II	TALLER DE PERIODISMO I TALLER DE RADIO I TALLER DE T.V. I TALLER DE CINE I	
TECNOMICOS Y EXICO	TALLER DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL	TALLER DE PERIODISMO II TALLER DE RADIO II TALLER DE T.V. II TALLER DE CINE II	

ARTIR DEL (CUARTO) O (QUINTO) SEMESTRE, HASTA EL (OCTAVO) SEMINARIO DE INVESTIGACION MONOGRAFICA.

2

AREA DE MATERIAS DE FORMACION

DIRECTRIZ: El área de Materias de Formación contribuirá a que los alumnos analicen y comprendan críticamente su entorno social en general, y los procesos de comunicación en particular, haciendo uso, para ello, de herramientas teórico-conceptuales de las Ciencias Sociales.

OBJETIVOS GENERALES:

- 1) El alumno analizará y comprenderá los distintos procesos de comunicación, a la luz de diversas posturas teórico-metodológicas, distinguiendo cada una de ellas en sus elementos, orígenes, perspectivas y autores más importantes.
- 2) El alumno analizará y comprenderá críticamente a la sociedad como una estructura dinámica, con procesos internos diferenciados, a la luz de herramientas teórico-metodológicas de las Ciencias Sociales.
- 3) El alumno se capacitará para la distinción, selección, delimitación y análisis sistemático de problemas sociales en general y comunicacionales en particular.
- 4) El alumno entenderá la naturaleza social de los procesos de comunicación y la necesidad, consecuentemente, de estudiarlos en dos niveles inseparables: como procesos diferenciados y como parte de un proceso general más amplio.
- 5) El alumno entenderá la relación de las herramientas teóricas proporcionadas por esta Area Académica, con los conocimientos y habilidades derivadas de las Areas de Investigación, Planificación y Producción.
- 6) El alumno analizará críticamente el papel del comunicador social, la naturaleza social y jurídica de su labor y las alternativas posibles.

Pensum de materias

PRIMER SEMESTRE

Teoría de la Comunicación I

Introducción a los conceptos fundamentales de la Teoría de la Comunicación y revisión crítica de la corriente funcionalista de la Comunicación, a través de sus principales autores.

Fundamentos de Teoría Sociológica

Análisis comparativo de los postulados teórico-metodológicos fundamentales en Durkheim, Weber, Parsons y Marx.

SEGUNDO SEMESTRE

Teoría de la Comunicación II

Análisis y revisión crítica de la corriente estructuralista de la comunicación, a través de sus principales autores.

Análisis Sociológico

Aplicación de herramientas teórico-metodológicas de la Sociología en el análisis de problemas sociales con el objeto primordial de sistematizar la reflexión y la observación y rebasar los límites del sentido común.

TERCER SEMESTRE

Teoría de la Comunicación III

Análisis y revisión crítica de la corriente marxista de la comunicación, a través de sus principales autores. Recapitulación de modelos teóricos, enfrentamiento y evaluación de los mismos.

Estructuras Sociales y Comunicación I

Acercamiento teórico al concepto de estructura social, involucrando el análisis conjunto de todos sus elementos, para insertar el estudio de la comunicación de masas en ese contexto.

CUARTO SEMESTRE

Estructuras Sociales y Comunicación II

Análisis y evaluación crítica del orden informativo internacional y las diversas propuestas de reordenación que se han discutido a nivel mundial. Tecnología, desarrollo y comunicación.

Comunicación y Cultura I

Análisis de concepciones antropológicas y sociológicas de la cultura. Revisión crítica de teorías al respecto. Ubicación teórica de la cultura en el contexto social. Cultura de élite, cultura popular, folklore, cultura de masas. Relación de la comunicación con la cultura. Medios masivos de comunicación y cultura de masas. Comunicación alternativa y cultura popular. Procesos de transculturación, aculturación; identidad cultural, cultura nacional y regionalización de la cultura.

QUINTO SEMESTRE

Ideología, Estado y Comunicación

Análisis del desarrollo de los conceptos de Estado e Ideología en Hobbes, Locke, Hegel, Marx, Lenin, Gramsci, Althusser, Poulantzas, Fossaert, etc. Inserción en este cuerpo teórico del concepto de comunicación, como aparato de hegemonía fundamental en nuestros días. Elementos de análisis del discurso político. (2)

Economía II

Reconstrucción histórica, haciendo uso de los elementos teóricos de la Economía Política, del desarrollo del capitalismo en México, con énfasis en los procesos económicos derivados de la Revolución de 1910-17, hasta la fecha.

Comunicación y Cultura II

Fundamentos de Estética. Análisis y discusión sobre "arte culto o auténtico" y arte de masas. Análisis de corrientes artísticas contemporáneas y su ubicación en el contexto histórico, socioeconómico-político y comunicacional en que se producen. Evaluación de las consecuencias que en el arte contemporáneo se observan por el desarrollo de los medios de comunicación de masas.

SEXTO SEMESTRE

Régimen legal de los medios de Comunicación en México.

Conocimiento, análisis y revisión crítica del contexto jurídico que enmarca el ejercicio de la profesión del comunicador y el accionar de los medios masivos de comunicación.

Psicología de la Comunicación.

Condiciones psicológicas de las fases de emisión y recepción. Percepción. Umbrales de percepción: supraumbral, umbral, subumbral. Análisis transaccional: los estados del Yo (Yo-padre, Yo-adulto, Yo-niño). Persuasión. Sugestión. Actitudes. Cambios de actitudes (personales y grupales). Comunicación interpersonal. Comunicación no verbal. Espacio, Tiempo. Movimientos del cuerpo. Comunicación verbal. Procesos de significación. Tactos y Mandos (conducta verbal). Comunicación en pequeños grupos y comunicación de masas (implicaciones psicológicas).

SEPTIMO SEMESTRE

Problemas socioeconómicos y políticos mundiales.

Aplicación de herramientas teóricas para el reconocimiento, explicación y ordenamiento sistemático de los grandes problemas que enfrenta el mundo contemporáneo.

Problemas socioeconómicos y políticos de México.

Aplicación de herramientas teóricas para el reconocimiento, explicación y ordenamiento sistemático de los grandes problemas que enfrenta el México contemporáneo.

- - - - -

Seminario de Investigación Monográfica.

El alumno deberá proponer un tema de investigación, susceptible de ser realizado en los términos de una monografía, y llevarlo a cabo mediante la asesoría de un catedrático. Tema y asesor deberán quedar sujetos a los intereses y necesidades formativas del alumno y a la aprobación del anteproyecto por parte del catedrático correspondiente. Deberá reglamentarse precisamente este seminario para que pueda resultar operativo y sirva de apoyo al curriculum académico y no sólo de mero requisito u obstáculo para los alumnos. El momento de realización queda a criterio del alumno, pero no podrá ser antes del cuarto semestre ni después del octavo. En todo caso, se considerará como requisito indispensable para obtener la pasantía.

OBJETIVOS DEL AREA DE INVESTIGACION

- 1.-El alumno será capaz de identificar las principales corrientes de investigación (funcionalismo,estructuralismo,marxismo) cuyas teorías,métodos y técnicas han sido trasladadas al campo de la investigación de la comunicación,para estar en posibilidades de proyectar un modelo de investigación latinoamericano.
- 2.-El alumno conocerá y aplicará los diferentes métodos y técnicas de investigación en las ciencias de la comunicación,y se apropiará de las principales herramientas para investigar distinguiendo entre la investigación pura y la investigación aplicada a la solución de problemas comunicacionales concretos.
- 3.-El alumno conocerá las bases fundamentales para la ejecución de trabajos de campo que requieran tratamiento estadístico,podrá elaborar fichas,documentos,monografías y diseñar modelos de observación-participación que lleven a la identificación de problemas comunicacionales.
- 4.-El alumno reconocerá la importancia de vincular la investigación al trabajo de comunicación específico y concreto,eliminando la tradicional disasociación entre la investigación como teoría y adoptando la de investigación como práctica social,formulando el concepto de Investigación-Acción.

MATERIAS DEL AREA DE INVESTIGACION

PRIMER SEMESTRE

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION :

La ubicación de la investigación en el plano epistemológico.Discusión de caracter filosófico,político e ideológico. La investigación como proceso.El lenguaje y el enfoque de la ciencia.El problema en comunicación.Construcciones hipotéticas,variables y definiciones.Métodos y técnicas de recolección y sistematización de información.Archivo.Fichas bibliográficas.Resúmenes.Monografías.Ensayos.

SEGUNDO SEMESTRE

ESTADISTICA I

Finalidad,enfoque y metodología de la Estadística.Análisis Interpretación,estadística e inferencia.Medidas de Tendencia Central y de Dispersión.Análisis de Varianza.Principales fórmulas gráficas de representación estadística.

TERCER SEMESTRE

ESTADISTICA II

Diseño de investigación,tipos de investigación,regresión múltiple y análisis factorial,métodos multivariantes.Escalogramas para medidas estadísticas.Guttman,Lickert,Tannebaum.

CUARTO SEMESTRE

INVESTIGACION DE LA COMUNICACION I

2 ✓

QUINTO SEMESTRE

INVESTIGACION DE LA COMUNICACION II

Teoría, métodos y técnicas de la investigación de la comunicación simbólica (semiología y estructuralismo) Modelo lingüístico. Modelo simbólico o Semiótica Social. Análisis crítico de esta corriente. Utilización y aportes a la ciencia de la comunicación. Diseño y ejecución de un proyecto de investigación en base a esta corriente, buscando la solución de un problema comunicacional.

SEXTO SEMESTRE

INVESTIGACION DE LA COMUNICACION III

Teoría y método de la investigación de la comunicación bajo la óptica marxista. Análisis ideológico de la comunicación. Escuela de Frankfurt (Adorno, Orkeheimer). Los aparatos ideológicos del Estado, Análisis del Discurso como producto social en la perspectiva de Gramsci y Lucien Goldman. Análisis crítico de esta corriente. Utilización y aportes a la comunicación. Diseño y ejecución de una investigación (ensayo, monografía) en base a esta corriente.

SEPTIMO SEMESTRE

SEMINARIO DE TESIS

Identificación y formulación científica de un problema de comunicación. Diseño de un proyecto de investigación. Proceso y elementos que constituyen la tarea investigativa. Ejecución del proyecto de investigación. Hallazgos, comprobaciones, refutaciones, conclusiones. Redacción del trabajo.

OBJETIVOS DEL ÁREA DE PLANIFICACION

- 1.-El alumno identificará las principales directrices de la Planificación de Proyectos de Comunicación en América Latina, así como sus aplicaciones en la resolución de problemas sociales concretos de las comunidades, reconociendo la ventaja de planificar con respecto a no planificar.
- 2.-El alumno se apropiará de los principales conceptos, teorías, métodos y técnicas del proceso de planificación, para estar en posibilidades de realizar proyectos basados en la investigación de problemas comunicacionales o sociales en generales.
- 3.-El alumno se capacitará para formular diagnósticos comunicacionales de carácter participativo en las comunidades urbanas y rurales, así como también en la implementación de tecnologías de comunicación que faciliten la cohesión de los grupos sociales, su organización y su acción en la solución de problemas concretos, junto a los respectivos tipos de evaluación de procesos.
- 4.-El alumno intervendrá en la implementación de proyectos de comunicación participativa de las comunidades urbanas y rurales, tendientes a la solución de problemas específicos de comunicación, que contribuyan a resolver problemas sociales más amplios.
- 5.-El alumno estará en condiciones de realizar su trabajo de diagnósticos, diseño, implementación, aplicación y evaluación de proyectos de comunicación con instituciones de gobierno o privadas que estén desarrollando programas de comunicación y desarrollo regional.

MATERIAS DEL AREA DE PLANIFICACION

PRIMER SEMESTRE

PLANIFICACION DE LA COMUNICACION I

Las bases teóricas de la Planificación de la Comunicación. La planificación en América Latina. Planificación, Comunicación y Desarrollo. Comunicación Participativa. Proceso general de la planificación. Identificación y formulación de problemas comunicacionales. El diagnóstico comunicacional. El autodiagnóstico. Conceptos de Investigación-Acción.

SEGUNDO SEMESTRE

PLANIFICACION DE LA COMUNICACION II

Etapas del proceso de planificación en detalle. Situación y Problema. Políticas. Diagnóstico. Identificación de alternativas. Estrategias. Objetivos. Técnicas de operacionalización de objetivos: árbol de objetivos, matriz de estructura lógica. Programación. Implementación. Ejecución. Condiciones, roles de

TERCER SEMESTRE

PLANIFICACION DE LA COMUNICACION III

Métodos y técnicas de evaluación formativa y sumativa, roles en el proceso de evaluar, criterios generales para evaluar, evaluación por resultados, evaluación por objetivos, evaluación por programas, etc. Indicadores, índices que contribuyen a la evaluación de proyectos de comunicación.

CUARTO SEMESTRE

ADMINISTRACION GENERAL

Concepto de Administración y diversas teorías sobre ella. Administración por objetivos. Provisión. Planeación. Organización. Integración (de personas y de objetos). Dirección. Control.

QUINTO SEMESTRE

ADMINISTRACION DE PROYECTOS

Fundamentos de la Administración de Proyectos. Ciclo del Proyecto. Elementos básicos para la elaboración de proyectos. Ciclo de Administración de Proyectos: Identificación y definición del proyecto. Formulación, preparación y análisis de viabilidad. Diseño. Evaluación previa. Selección, negociaciones y aprobación. Activación y organización. Ejecución y funcionamiento. Supervisión, vigilancia y control. Terminación. Evaluación del Proyecto. La administración en uso.

SEXTO SEMESTRE

COMUNICACION ORGANIZACIONAL I

Teoría de las organizaciones. Tipos de organizaciones. La Organización o la Institución en el marco jurídico, político, social y comunicacional. Comunicación Institucional. Políticas, planes, estrategias de comunicación. Redes, flujos e interrelaciones de comunicación. Los agentes de comunicación en las instituciones. - Grupos formales e informales. Funciones de la Comunicación Institucional. Comunicación interna y externa.

SEPTIMO SEMESTRE

COMUNICACION ORGANIZACIONAL II

Métodos y técnicas de Comunicación organizacional. Información, Persuación, Motivación, Participación. Memoranda, cartas, avisos, - circulares, carteles, posters, periódicos murales. Tecnología comunicacional masiva: capsulas informativas para radio, televisión, periodicos, boletines, folletos, revistas. Eventos especiales. Conferencias. Mesas de Información. Ruedas de Prensa.

OCTAVO SEMESTRE

TALLER DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL

OBJETIVO.-Elaboración y ejecución de un proyecto de comunicación organizacional (Municipios, Instituciones Educativas, Sindicatos, Dependencias, Organizaciones Populares, etc.).

ACREDITACION.-Presentación del trabajo concluido.

SUPERVISION.-A cargo de maestros de carrera o del área académica de Planificación.

②

OBJETIVOS DEL AREA DE PRODUCCION

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar las habilidades necesarias para crear productos comunicacionales.

MATERIAS DEL AREA DE PRODUCCION

PRIMER SEMESTRE

LENGUAJE Y REDACCION I El alumno comprenderá el proceso de comunicación verbal y analizará las funciones del lenguaje y comprensión del mismo, con el fin de que esté en condiciones de poder desarrollar las ha bilitades de expresión verbal mediante las diversas técnicas de redacción como son: nota informativa, resúmenes, fichas bibliográficas, comentarios, elaboración de monografías, acerca de los temas relativos al buen uso del idioma.

PRIMER SEMESTRE

TEORIA DE LA IMAGEN El alumno conocerá, interpretará y analizará los principios básicos de la Teoría de la Imagen. Estudiará teoría de la composición artística y teoría del manejo del color.

PRIMER SEMESTRE

TEC. DE COMUNICACION ORAL.

Desarrollará las habilidades para transmitir mensajes a través de la fonética y la mímica. Hará ejercicios de dicción, vocalización, técnicas de expresión en público, técnicas de preparación de mensajes orales para transmitir en público y análisis de los diversos géneros de expresión oral en público, así como prácticas de los principales.

SEGUNDO SEMESTRE

LENGUAJE Y REDACCION

II

En este segundo curso el alumno analizará los contenidos de producción del discurso como son: el informativo, persuasivo y narrativo, con lo que el alumno desarrollará una intensa práctica sobre habilidades de expresión verbal-redaccional, mediante la elaboración de modelos discursivos.

SEGUNDO SEMESTRE

FOTOGRAFIA I

El alumno dominará el manejo de la cámara fotográfica incluyendo todos sus posibles accesorios. Hará ejercicios de composición gráfica. Conocerá y dominará la técnica de aplicación de los principios de profundidad de campo y velocidad de disparo.

expresión verbal-redaccional, mediante recopilación, y reproducción de las formas de expresión y de lenguaje.

TERCER SEMESTRE

FOTOGRAFIA II

Conocerá y aplicará las técnicas del revelado e impresión - para fotografía en blanco y negro y color. Conocerá y aplicará rá las técnicas de iluminación y efectos ópticos.

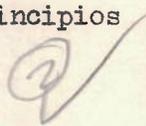
TERCER SEMESTRE

DISEÑO GRAFICO

El alumno obtendrá los elementos de juicio para supervisar y dirigir la producción de impresos creativos, como portadas y revistas, empaques, posters, carteles, anuncios publicitarios etc.

CUARTO SEMESTRE

REDACCION DE NOTICIAS I

El alumno conocerá los diferentes géneros de redacción, para medios impresos y audiovisuales, conociendo los principios fundamentales de la estructura de cada uno de ellos. 

CUARTO SEMESTRE

GUIONISMO

El alumno interpretará y manejará los elementos que conforman la estructura del guión en sus diferentes modelos. Deberá dominar en principio el guión literario y conocer la terminología utilizada para elaborar los guiones y técnicas para cada medio (cine, T.V. radio, multimedia, etc.) Y realizar guiones — técnicos elementales.

TERCER SEMESTRE

FOTOGRAFIA II

CUARTO SEMESTRE

TALLER DE PRODUCCION AUDIOVISUAL I

El alumno conocerá el uso y manejo de aparatos y sistemas - empleados para la producción audiovisual. Trabajaará con los - sistemas mas elementales y comerciales; inicialmente con un solo proyector y grabadora, para después utilizar dos proyec - tores, control de disolvencias y grabadora con programación - elemental de pulsos magnéticos.

CUARTO SEMESTRE

QUINTO SEMESTRE

REDACCION DE NOTICIAS II

El alumno producirá materiales redaccionales para los diferentes medios de comunicación, aplicando los diferentes géneros: reportaje, nota informativa, comentario, entrevista y el editorial.

CUARTO SEMESTRE

GUIONISMO

QUINTO SEMESTRE

TALLER DE PRODUCCION AUDIOVISUAL II

El alumno producirá material audiovisual para los diferentes sistemas y medios de comunicación, dando preferencia a la - multimedia. Conocerá los diferentes sistemas de programación

SEXTO SEMESTRE

TALLER DE TIPOGRAFIA Y
DIAGRAMADO

El alumno se compenetrará en las bases teóricas de la tipografía y sus diversas técnicas de impresión, tanto en frío como en caliente, así como el lenguaje que se utiliza en los medios impresos, con el fin de poder dar las ordenes, cuando esté laborando en los medios antes mencionados. Se sujetará a una práctica intensiva de diagramas previos de periódicos y revistas, para ir agilizando su creatividad en las diversas presentaciones de diagramas.

SEXTO SEMESTRE

PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Conocerá los principios fundamentales y elementales sobre los que trabajan la publicidad y propaganda y tendrá una idea de como se conforma una campaña publicitaria, siguiendo las pautas de la mercadotecnia.

SEXTO SEMESTRE

CULTURA CINEMATOGRAFICA

Conocerá los valores fundamentales del cine, tales como el lenguaje cinematográfico, géneros cinematográficos, terminología de producción y desarrollará la habilidad, a nivel elemental, para comunicarse con imágenes, bajo la estructura del lenguaje cinematográfico.

SEPTIMO SEMESTRE

TALLER DE PERIQUISMO I

El alumno aplicará los conocimientos teórico prácticos adquiridos, para la confección y revistas que procesará en dos sistemas diferentes de medición como es la pulgada y centímetro.

SEPTIMO SEMESTRE

TALLER DE RADIO

El alumno conocerá los diferentes tipos de programación y producción radiofónica y practicará la creación de programas de noticias. Conocerá las características de la amplitud modulada, frecuencia modulada, onda larga y corta.

SEPTIMO SEMESTRE

TALLER DE T.V. I

El alumno elaborará programas informativos, educativos y culturales y distinguirá diferencias entre circuito cerrado y circuito abierto. Conocerá los principios fundamentales de transmisión de señales. Conocerá los principios fundamentales con los que trabaja la cámara de T.V. y el receptor. Conocerá los diferentes lentes, tipos de iluminación, tomas y movimientos.

OCTAVO SEMESTRE

TALLER DE PERIODISMO II

El alumno aplicará los conocimientos de cursos anteriores, así como el material redaccional que se le proporcionará, para la edición de periódicos, revistas, folletos, etc, aplicando los sistemas de medición de línea ágata, cuadratín etc.

OCTAVO SEMESTRE.

TALLER DE RADIO II

Producirá noticieros, radionovelas, cuentos, programas culturales y educativos, programas abiertos a la participación del público, etc. Grabará spots publicitarios. Conocerá los principios de continuidad y programación radiofónica.

OCTAVO SEMESTRE.

TALLER DE TV II

El alumno producirá reportajes, documentales, programas de entretenimiento y contenido. Formará equipos de trabajo con rotación de puestos. Deberá dominar las técnicas de iluminación, tomas y movimientos de cámaras. Conocerá los principios fundamentales del switcheo y efectos especiales.

OCTAVO SEMESTRE.

TALLER DE CINE II

Formarán equipos de trabajo y filmarán diversos tipos de temas. Filmará cine mudo para lograr el dominio del lenguaje visual. Filmará los diversos géneros: documental de contenido social, documental de contenido científico, películas de diversión y narrativas.