



SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

DEPENDENCIA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES.
SECCION DEPARTAMENTO DE REGISTRO Y EXPEDICION DE CEDULAS.
MESA
NUMERO DE OFICIO
EXPEDIENTE 22 - 00054

ASUNTO: ACUERDO DE ENMIENDA.

Con fundamento en los numerales 25 fracción VI de la Ley Federal de Educación, 9o. inciso d) del Reglamento de la Ley Reglamentaria del Artículo 5o. Constitucional en el acuerdo publicado en el Periódico Oficial del Estado de Tamaulipas, de fecha 22 de diciembre de 1984 y en virtud de que dicha institución fué inscrita en esta Dependencia el día 25 de marzo de 1983, se acuerda:

PRIMERO.- Se registran a nivel superior las carreras de INGENIERO - AGRONOMO, INGENIERO CIVIL, ARQUITECTURA, LICENCIADO EN COMUNICACION Y LICENCIADO EN DERECHO, y a nivel medio superior la carrera de ENFERMERIA GENERAL que no aparecen en el registro original.

SEGUNDO.- Que como antecedente académico de ingreso a las carreras mencionadas en el punto anterior, se requiere haber obtenido certificado de bachillerato para las carreras a nivel licenciatura y de secundaria para la carrera a nivel técnico.

TERCERO.- Hágase las anotaciones correspondientes en el libro de Enmiendas de esta Dirección General, en la Sección Primera inscrita en el No. 219 del Libro 71-IV, correspondiente a la UNIVERSIDAD MARCO ANTONIO DE SAN CARLOS DEL NORTE que funciona en Ciudad Reynosa, Tamps.

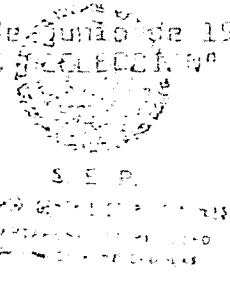
CUARTO.- Que dicha institución cubra la cantidad de \$ 4,900.00 (CUATRO MIL NOVECIENTOS PESOS 00/100 M.N.) que por concepto de derechos establece el artículo 185 fracción VII inciso b) de la Ley Federal de Derechos vigente.

QUINTO.- Hágase del conocimiento de la institución que deberá dar cumplimiento oportuno a lo establecido en los numerales 9o., 22 fracción I, III, V y VI del Reglamento invocado, así como en el 7o. del Decreto de 31 de diciembre de 1945.

SEXTO.- Notifíquese el presente acuerdo al interesado.

México, D. F., a 14 de Junio de 1985.
"SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION"
EL DIRECTOR GENERAL.

[Firma manuscrita]
LIC. JOSE B. VILLAS.



[Firma manuscrita]
307-110/327/rj3.

LOS DATOS CONTENIDOS EN EL CUADRO DEL ANGIO SUPERIOR DERECHO



**JUSTIFICACION A LA PROPUESTA DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

La presente currícula fue realizada en base a estudios comparativos de Universidades del Norte del país, tanto - Autónomas como Privadas; además de hacer un análisis general - del ámbito ocupacional que existe en la región.

Mencionaremos algunos de los centros de actividad - que existe en nuestra entidad, en los cuales el futuro profe - sionista podría desarrollar los conocimientos adquiridos.

- * Estaciones de radio:
 - Radio Rey 810 AM
 - Organización Estrellas de Oro
 - XERT
 - XHRR-FM Estereo Gemas
 - XEOR - El Gallo, S.A.
 - XERI
 - XHAAA-FM

- * Canales de Televisión:
 - Canal 9
 - Canal 7

- * Periodismo:
 - Editora Demar (El Mañana-La Tarde)
 - Prensa de Reynosa
 - El Bravo
 - El Mundo
 - El Informador
 - El Tiempo
 - Frontera
 - Noticias
 - Valle del Norte

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



- * Agencias de Publicidad:
 - Imagen Profesional
 - García & Robles
 - Estudios Creativos
 - Charlie Productions
 - Dipla Comunicación Gráfica
 - Gráfica Social
 - Ramírez
 - Imprenta Minerva
 - Imprenta Gema.

- * Revistas:
 - Pasarela

- * Relaciones Públicas

- * Desarrollo Organizacional

- * Capacitación y Adiestramiento

- * Grabadores de Discos y Cintas

- * Etc.

La preocupación constante de la Universidad México - Americana del Norte es la de formar profesionistas que sean capaces de elaborar y aplicar estrategias de comunicación además de estar preparados para ofrecer soluciones apropiadas dentro del marco específico que enmarca al estudio de la comunicación.

Debido a la estructura y desarrollo que presta la Cd. de Reynosa en la cual esta ubicada nuestra Universidad y por lo antes mencionado a continuación se presenta la propuesta de la currícula en el área de comunicación.

- 2 -

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



CONOZCAMOS LA LICENCIATURA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION

Desde los inicios de la humanidad el hombre ha tenido la necesidad de comunicar. En principio la relación de comunicación fue por medio de señales de diversos tipos entre ellas - mímicas, dibujos, señales de humo, etc.

Hoy ante un desarrollo Industrial y Tecnológico el estudio de la Comunicación responde a una necesidad del mundo contemporáneo que se encuentra constantemente implicado en redes de comunicación.

A raíz de Comunicación resulta ser demasiado amplio y ello la hace no estar limitada para ocupar a estos campos de estudio que tratan sobre la humanidad.

El Licenciado en Ciencias de la Comunicación encuentra un campo ilimitado para su desarrollo profesional. Los futuros profesionales en esta área con vocación y espíritu, innovador y creativo se darán cuenta que la carrera no está constreñida por límites y que cubre diversos ámbitos ocupacionales.

Cada día las Organizaciones Privadas y Públicas con diferentes fines sociales requieren de expertos en Ciencias de la Comunicación.



ESTRUCTURA DE LA CARRERA DE L.C.C.

La carrera de Comunicación comprende materias Teóricas y Teórico-prácticas en las áreas de:

- * Historia
- * Literatura
- * Sociología
- * Filosofía
- * Teorías y Técnicas de la Comunicación.

El alumno deberá cursar el conjunto de materias durante los períodos escolares que marca la Universidad.

A continuación se presentan tres áreas fundamentales en las que se distribuyen las materias para obtener la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

TRONCO GENERAL:

Comprende cursos fundamentales comunes a la Licenciatura que proporcionarán al estudiante los conocimientos básicos de otras disciplinas, necesarias para el resto de su carrera y ejercicio profesional.

El área de tronco general tendrá por objetivos:

- El alumno obtendrá una noción clara de lo que es el conocimiento científico.
- Fomentar su capacidad crítica y una visión interdisciplinaria de las diferentes problemáticas.



- Desarrollar habilidades para utilizar elementos técnicos y metodológicos.
- Fomentar las relaciones de la actividad científica con la sociedad.
- El alumno obtendrá una visión integrada de la realidad económica, social y política de nuestro México actual y aplicará los elementos técnicos y la información general además de conocimientos en áreas de estadísticas aplicadas a las C.S. metodologías, técnicas y habilidades de investigación y redacción.

M A T E R I A S

- Técnicas de la Comunicación Escrita
- Metodología
- Sociología
- Introducción a los Medios Masivos
- Computación I y II
- Idioma (Inglés) I, II, III, IV
- Investigación Documental
- Psicología General y Social
- Literatura Universal
- Estadística I y II
- Filosofía del Hombre
- Introducción a la Administración
- Seminario de Problemas Políticos y Sociales de México
- Economía



TRONCO BASICO PROFESIONAL

Referentes a cursos especializantes indispensables para dar el caracter profesional y justificar el título de licenciatura.

- Proporcionar al estudiante los conocimientos necesarios para comprender las condiciones sociales de producción y significación de los medios masivos de comunicación.
- Desarrollar en el alumno las habilidades técnicas necesarias para la práctica profesional en los diferentes medios de comunicación social.

M A T E R I A S

- Teoría de la Comunicación
- Introducción a los MMC
- Teorías Contemporáneas de la Com
- Sociología de los Medios
- Comunicación Oral y no Verbal
- Filosofía de la Comunicación
- Dinámica de Grupos
- Administración de RH
- Fotografía I y II
- Técnicas Audiovisuales
- Géneros Periodísticos
- Opinión Pública
- Mercadotecnia

- 6 -



TRONCO DE ESPECIALIZACION

En esta área se ofrece la oportunidad de reflexionar a nivel universitario sobre los problemas importantes de comunicación del hombre a través de diversas tecnologías. Este conjunto de materias especifican y profundizan los conocimientos del estudiante en diferentes aspectos de su profesión.

M A T E R I A S

- Periodismo
- Radio, Cine y TV
- Periodismo Comparado
- Diseño y análisis publicitario
- Relaciones Públicas
- Legislación de los MMC
- Cine y TV
- Radio
- Periodismo Impreso y Audiovisual
- Comunicación de innovaciones
- Comunicación Gráfica
- Desarrollo Organizacional
- Relaciones Industriales
- Edición en Radio
- Ética Profesional
- Seminario de Comunicación Organizacional
- Seminario de Medios Masivos
- Seminario de Publicidad
- Derecho del trabajo
- Historia y Pensamiento Contemporáneo

- 7 -

Universidad Mexicana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



AREA DE TITULACION

En este último proceso es la culminación de la carrera. Dicho proceso implica varias opciones para el futuro profesionista.

O P C I O N E S

- Curso de Posgrado (acreditando 4 materias de maestría)
- Tesis
- Tesina
- Examen Profesional por conocimientos o calificación
- Curso de reforzamiento.



PRIMER TETRA MESTRE

CLAVE-MATERIA	ASIGNATURA	UNIDADES FRECUENCIA-REQUISITO
011	Redacci3n-Espa3ol-T3cnicas de Comunicaci3n Escrita	5 Bachillerato
012	Idioma I	3 "
013	Teoría de la Comunicaci3n	5 "
014	Metodología	4 "
015	Sociología	5 "
016	Introducci3n a los Medios de Comunicaci3n	5 "
017	Computaci3n I	3 "



SEGUNDO TETRAMESTRE

CLAVE-MATERIA	ASIGNATURA	UNIDADES FRECUENCIA-REQUISITO	
021	Redacción-Español-Comunicación Escrita	5	011
022	Idioma II	3	012
023	Teorías Contemporáneas de la Comunicación	5	013
024	Investigación Documental	5	014
025	Sociología de los Medios	5	015
026	Psicología General y Social	5	000
027	Computación II	3	017



TERCER TETRAMESTRE

CLAVE-MATERIA	ASIGNATURA	UNIDADES FRECUENCIA-REQUISITO	
031	<i>Literatura Universal</i>	5	021
032	<i>Idioma III</i>	3	022
033	<i>Comunicación Oral y no Verbal</i>	5	023
034	<i>Estadística</i>	3	000
035	<i>Introducción a la Administración</i>	5	000
036	<i>Filosofía del Hombre</i>	4	000
037	<i>Dinámica de Grupos</i>	5	026



C U A R T O T E T R A M E S T R E

CLAVE-MATERIA	ASIGNATURA	UNIDADES FRECUENCIA-REQUISITO	
041	Géneros Periodísticos	5	031
042	Idioma IV	3	032
043	Estadística II	3	034
044	Administración de Recursos Humanos	3	035
045	Filosofía de la Comunicación	4	036
046	Psicología de la Comunicación	5	037
047	Fotografía I	5	000



QUINTO TETRA MESTRE

CLAVE-MATERIA	ASIGNATURA	UNIDADES FRECUENCIA-REQUISITO	
051	Periodismo	5	041
052	Fotografía II	5	047
053	Economía	3	000
054	Seminario de Problemas Políticos y Sociales de México	31	000
055	Mercadotecnia	5	000
056	Opinión Pública	4	045
057	Radio, Cine y Televisión	5	000



S E X T O T E T R A M E S T R E

CLAVE-MATERIA	ASIGNATURA	UNIDADES FRECUENCIA-REQUISITO	
061	Periodismo Comparado	4	051
062	Técnicas Audiovisuales	4	052
063	Diseño y análisis publicitarios	4	055
064	Relaciones Públicas	4	000
065	Legislación de los Medios de Comunicación.	4	000
066	Cine y Televisión (Laboratorio)	5	057
067	Radio	5	057



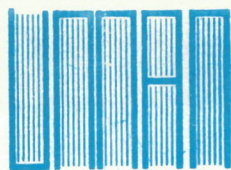
S E P T I M O T E T R A M E S T R E

CLAVE-MATERIA	ASIGNATURA	UNIDADES FRECUENCIA	REQUISITO
071	<i>Periodismo Impreso y Audio-visual</i>	4	061
072	<i>Comunicación de Innovaciones</i>	4	063
073	<i>Comunicación Gráfica</i>	4	064
074	<i>Desarrollo Organizacional</i>	5	064
075	<i>Relaciones Industriales</i>	5	064
076	<i>Edición en Cine y Televisión</i>	4	066
077	<i>Edición en Radio</i>	4	067



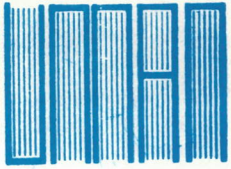
OCTAVO TETRAESTRE

CLAVE-MATERIA	ASIGNATURA	UNIDADES FRECUENCIA-REQUISITO
081	Seminario de Tesis	3 000
082	Etica Profesional	3 000
083	Seminario de Comunicaci3n Organizacional	5 074-075
084	Seminario de Medios Masivos	5 076-077
085	Seminario de Publicidad	5 073
086	Derecho del Trabajo	5 000
087	Historia y Pensamiento Contempor3neo	4 054



I N D I C E

- 1.- Perfil del Profesionista en Ciencias de la Comunicación.
- 2.- Características del Perfil Profesional.
- 3.- Funciones que realizara el Licenciado en - Ciencias de la Comunicación.
- 4.- Perfil del Profesionista.
- 5.- Areas donde se podra desarrollar el Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
- 6.- Como podra desempeñarse el Profesional en --- Ciencias de la Comunicación
- 7.- Plan de Estudios .
- 8.- Frecuencia de las materias del Plan de Estudios de COMUNICACION.



De acuerdo a las carencias y necesidades de Nuestra Frontera con los Estados Unidos, actualmente es necesario, que los jóvenes con aptitudes hacia la Comunicación y con miras a seguir su Carrera Profesional dentro de las CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

Es requisito que el mismo cumpla con los siguientes características;

PERFIL DEL PROFESIONAL:

- A).- Conocimientos importantes que debe de conocer el aspirante a un LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION.
- Como Persona y requisito principal, el estudiante deberá conocer y proporcionar en forma Humanista una excelente aplicación a la función de la COMUNICACION acorde a las necesidades de la Sociedad.
 - Su comportamiento dentro de los grupos será el quien propicie una COMUNICACION efectiva en toda Organización grupo y Comunidad, para que de manera inmediata el propicie una respuesta efectiva de COMUNICACION en todos los niveles.
 - Debera conocer los Niveles de COMUNICACION y características de cada uno de ellos, para de esta forma, este conciente del medio o nivel adecuado que deberá aplicar para cada caso que se le presente.
 - Debera conocer en su mayoría antecedentes Historicos, Economicos, Culturales, y Politicos de su localidad y nacionalmente para de esta forma abordar adecuadamente los problemas a presentarse durante su preparación y desarrollo Profesional.
 - Debera conocer lo más certero posible, y la aparición de los Medios Masivos de COMUNICACION, además de su influencia y su alcance de los Medios Sociales.



- Debera conocer algo relacionado con el Regimèn legal de los Medios y su Desarrollo hasta la fecha.
 - Debera conocer todos los Recursos posibles de la ADMINISTRACION. Los Recursos Materiales y Humanos en todas las organizaciones, esto con Base para que pueda Organizar y Administrar los Medios de las Empresas.
 - Debera de estar conciente que sera el RESPONSABLE de solucionar todos los problemas relacionados con el area de COMUNICACION, para que este conciente de que usara los Medios con el fin de servir a la Organizaciòn a la que pertenece y en su defecto al àrea donde se desarrolle.
- B).- Conocimientos Técnicos que debe de tener el aspirante a la LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION.
- Debera dominar su principal Herramienta, como lo es el Lenguaje para que Oral y Escrito pueda hacer uso correcto de su Herramienta.
 - Debera dominar la Técnica de poder redactar Textos y Guiones para Audiovisuales, de RADIO, CINE Y TELEVISION. Además de tener una facilidad aceptable en Relaciòn a textos con Generos como lo son; Las Notas Periodisticas, Cronicas, Reportaje, Artículo, Editoriales
 - Debera dominar algunas técnicas de consulta y sondeo que le permitan hacer de la COMUNICACION, una disciplina que satisfaga las necesidades de su COMUNIDAD.
 - Otra de las Técnicas que debe de tener para ser aspirante. Serà su capacidad, para poder estudiar Mensajes, a traves de los apoyos Audiovisuales, como lo son la MULTI-MEDIA, MULTI-IMAGEN, TELEVISION, CINE Y RADIO.
 - Debera dominar sistemas Técnicos para realizar Sondeos e investigaciones de Mercado, para las áreas de Publicidad y Propaganda.



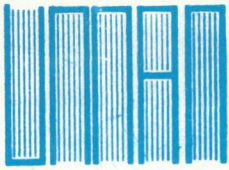
HABILIDADES QUE DEBERA TENER EL ASPIRANTE A LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

- Debera tener habilidades para buscar la solución de los problemas que se propicien en las áreas de Trabajo, esto lograda a base de una buena Habilidad de Relaciones Públicas y de Relaciones Humanas.
- Debera de tener Habilidad para analizar y evaluar los Mensajes que se presenten en las situaciones menos esperadas.
- Tendrá también que cumplir con la Habilidad de producir mensajes para el complemento del Contenido total de las producciones Impresos, Audiovisuales, Televisiones, Radio y Cine
- Debera tener habilidad para diseñar campañas de Publicidad de Comunicación Social, de Investigaciones Sociales y Culturales.

LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION es importante - en el desarrollo de la Sociedad, es necesario que el Ser Humano conozca todo lo imperativo que le ayude a obtener la Información necesaria.

Para integrarse a las Areas que le competen en la Media de su CAPACIDAD, y que con esta sea el forjador y testigos del desarrollo de de los integrantes de su Grupo.

- A travez de la Información debe de enterar lo sucedido a las situaciones que se desarrollen en su entorno, esto lo podra alcanzar cumpliendo con disciplinar y Ciencias tales como:
 - a) Historia.
 - b) Sociología
 - c) Comunicación
 - d) Mercadotecnia
 - e) Psicología
 - f) Relaciones Públicas etc.



PERFIL DEL PROFESIONISTA

LA CARRERA DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION tiene como objetivo en Nuestra Universidad, formar Profesionistas que sean capaces de comprender el Desarrollo Historico de su Sociedad, además de que reconozcan los esfuerzos que realizaron aquellos - que lucharon por hacer cultura y que esta fuera digno de los Seres que forman nuestra Patria.

EL LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION debe de ser consciente de la importancia que constituya el AREA DE INVESTIGACION como -- persona sera alguien de comprender el valor de la Profesión que - elogio; además de reconocer que tiene en sus manos un poder para formar a los individuos de las Sociedades.

Debe entender el valor que tiene la COMUNICACION en el desarrollo de su Economía, además de sentirse satisfecho de ser miembro partícipe de los quehaceres de los grupos.

Debe de alcanzar además todos los objetivos para que su función -- pueda ser catalogada como un elemento importante en el desarrollo de su Cultura.



La finalidad de la UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, es la formar Profesionistas que por medio de sus conocimientos puedan transmitir, a su sector público, los valores de su Cultura, el desarrollo de la Sociedad y el fomento de las Relaciones interpersonales grupales.

- Debera también analizar la Sociedad en que vive en donde aplicara las disciplinas correspondientes, para lograr una integración o participación de los elementos que conforman los diferentes estratos sociales y que estos BUSCAN soluciones a su problemática.
- EL LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION alcanzara un desarrollo como persona a niveles de investigador, critico, analizador informador, todas estas tareas que le permitan al Profesionista dignificarse con otras areas del SABER.
- EL LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION será un critico que juzge la actividad de los elementos de los Grupos Sociales, será justo y honesto, para que los valores y aportaciones que haga hacia un Desarrollo excelente de su cultura, sean reconocidos. Todo esto debera de ser apoyado en los Medios y Técnicas que propicien el desarrollo de la Investigación de la COMUNICACION.

AREAS DONDE PODRA DESARROLLAR SU TRABAJO EL LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

- A).- MEDIOS DE COMUNICACION: (MASIVOS Y NO MASIVOS)
- 1.- PRENSA, MEDIOS IMPRESOS, PUBLICACIONES DE REVISTAS, BOLETINES RADIO, T.V. CINE, en todas estas áreas el Licenciado en Ciencias de la comunicación será capaz de llevar una Administración del Medio en que se desarrolle.
 - 2.- Este punto se refiere a la elaboración de Medios Audiovisuales y Gráficos, que son dirigidos a grupos especificos, como por -



ejemplo: Programas de Inducción, Capacitación, Promoción, etc. incluidos también en este punto también los medios como: Radio, Cine y Televisión.

- B).- INVESTIGACION: En la Investigación de fenómenos en las organizaciones y a nivel Social, así como las Investigaciones de Mercadotecnia, para la publicidad y propaganda de sus Áreas de Dominio.
- C).- COMUNICACION ORGANIZACIONAL: Su trabajo será para públicos internos y externos que estén integrados a Instituciones Públicas y Privadas, además de las Empresas con actividades de Publicidad, Relaciones Públicas, Imagen Corporativa, Agencias de Promoción etc.
- D).- AREA DE PUBLICIDAD: Esta dirigido a la administración de los Negocios con giros publicitarios, en donde se desarrollen, campañas de Publicidad, Producción y diseño de mensajes, creación de Innovaciones en el área Publicitaria, creador de, Originales Revistas Posters etc.
- E).- AREA EDUCATIVA: Esto esta relacionado con la aplicación de sus conocimientos a grupos heterogeneos, que buscan desarrollarse en el campo de la comunicación buscando siempre el apoyo en todos los Medios no Masivos para la obtención de Resultados Favorables.

FUNCIONES QUE REALIZARA EL LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

- 1.- Informara por Medio de crónicas, editoriales, boletines, comentarios, entrevistas, artículos, reportajes, sobre el desarrollo de la Cultura y los Valores de la Sociedad, para con esto lograr una



socialización acorde con los principios éticos, utilizando -
cualquiera de los Medios de Comunicación.

- 2.- Promovera una opinión justa, pública, clara y precisa que permita el desarrollo social y la participación de todos los grupos en la integración de una Sociedad que busque el desarrollo de los individuos y el Progreso.
- 3.- Disenara campanas Publicitarias con fines sociales educativos - que de esta fomra ayudara a los sistemas a buscar soluciones que satisfagan sus necesidades
- 4.- Explicara el proceso de el comportamiento de los individuos en todo proceso de COMUNICACION Social, para hacer de cada persona un ser participante en su vida Social.
- 5.- Explicara el tipo de COMUNICACION que se utilizara para la busqueda de soluciones adecuadas a la COMUNICACION de los grupos.
- 6.- Promocionara los Medios de Comunicacion en las Comunidades Rurales y Urbanas, para que estos sirvan como Medio Educativo y el desarrollo individual de los Integrantes de dichas Comunidades.
- 7.- Analizara la Problemática de la Comunicación a nivel Nacional para que busque las soluciones adecuadas que propicien la integración de los grupos.
- 8.- Analizara el desarrollo historico de la Sociedad, para comprender, explicar, y relacionar los problemas de la Comunicación en el contexto de los movimientos de la misma hacia la Crisis Economica, Política-Social ó hacia el Progreso.
- 9.- Organizara Empresas de COMUNICACION como difusión adecuada, en donde se haga uso científico y honesto de la misma.



10.- Promovera las buenas Relaciones Interpersonales en todos los aspectos utilizando Medios adecuados para la integración de Nuestra Cultura al contexto Mundial.

EL PROFESIONAL EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION PODRA DESEMPEÑARSE COMO:

* INVESTIGADOR: (Investiga)

- Las Necesidades de Comunicación Social.
- El Contenido de los Mensajes
- El Control de los Medios de Comunicación
- La Opinión Publica etc.

* PRENSA:

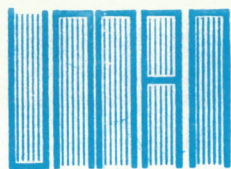
- Redactar
- Editorialista
- Critico
- Productor
- Editar etc.

*ORGANIZACION E INSTITUCIONES DE COMUNICACION

- Diarios y Revistas
- Oficinas de Publicidad, Prensa, Relaciones Públicas.
- Empresa con Giro Audiovisual.

*AREA DOCENCIA.

- Conferencias, Cursos, Mesas Redondas.
- Organiza Eventos, Culturales, Sociales, Politicos
- Realiza material didactico y aplica las técnicas de Ensenanza.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

* RADIO, PRENSA, TELEVISION.

* EMPRESAS (Grandes, Medianas, Pequeñas) Privadas

- Comunicación Organizacional.
- Relaciones Públicas.
- Imagen Corporativa.
- Publicidad Promocionada.

* EMPRESAS DE GOBIERNO

- Comunicación Organizacional.
- Secretarías de Estado.
- Comunicación Social de Gobierno.
- Empresas Paraestatales.

* EMPRESAS DE COMUNICACION AUDIOVISUAL

- Capacitación
- Educación.
- Publicidad
- Promoción

* Medios de Comunicación Regionales

* Agencias de Publicidad

* Campanas de Alfabetización

* Sectores Internacionales.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES



Guerrero Esquina con Plutarco Elias Calles, Col. del Prado, Reynosa, Tam., Mexico. TELEFONOS: 2-20-86, 2-20-02, 2-20-21 y 2-20-31



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 27 DE 1963 DEL II CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PLAN DE ESTUDIOS

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

<u>PRIMER TETRAESTRE</u>	<u>FRECUENCIAS POR SEMANA</u>
Espanol I	3
Literatura Castellana	3
Metodologia de las ciencias sociales	3
Antropologia social	2
Principios Generales de derecho	3
Teoria de la comunicaci3n	3
Inglés I y II	4
<u>SEGUNDO TETRAESTRE</u>	
Espanol II	3
Literatura Hispanoamericana	3
Psicologia general	2
Comunicaci3n social I	3
Tec. de la Investigaci3n Documental	2
Sociologia Urbana	3
Inglés III y IV	4
<u>TERCER TETRAESTRE</u>	
Psicologia social	3
Comunicaci3n social II	3
Teoria de la administraci3n	3
Seminario de Redacci3n	3
Teoria economica	3
Apreciaci3n Estética	3
<u>CUARTO TETRAESTRE</u>	
Estadistica	3
Comunicaci3n masiva	3
Problemas econ3micos y sociales de México	3
Fotografia básica	3
Sociedad y Politica de México	3
Psicologia de la comunicaci3n	3
<u>QUINTO TETRAESTRE</u>	
Introducci3n a las Relaciones Púlicas	4
Publicidad I	3
Periodismo I	3
Mercadotecnia I	4
Psicologia de grupos	3
Fotografia (Laboratorio I)	3



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 364 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO. REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

SEXTO TETRAESTRE

Relaciones Públicas Internas
 Publicidad II
 Periodismo II
 Mercadotecnia II
 Administración de empresas I -II
 Fotografía (Laboratorio II)

FRECUENCIAS POR SEMANA

4
4
3
4
3
3

SEPTIMO TETRAESTRE

Relaciones publicas externas
 Diseno y análisis del mensaje publicitario
 Audiovisual I
 Periodismo comparado
 Regimen legal de medios de comunicación
 Administración de Recursos humanos

4
4
3
3
3
3

OCTAVO TETRAESTRE

Organización de Departamentos y Agencias de Publicidad
 Comunicación organizacional
 Audiovisual II
 Opinión pública
 Creatividad publicitaria
 Etica profesional

4
4
3
3
3
3

QUEDA REGISTRADO EL PRESENTE PLAN DE ESTUDIOS PARA LA CARRERA DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION Y AUTORIZADA SU APLICACION EN LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE DE CD. REYNOSA, TAM.

CD. VICTORIA TAM., 25 de ABRIL DE 1988.

EL JEFE DEL DEPARTAMENTO
TECNICO

PROFR. MIGUEL LOPEZ ANAYA.

EL SUBDIRECTOR DE ASUNTOS
EDUCATIVOS

PROFR. JOSE SANTOS VALDES SALAZAR.

Gobierno del Estado de



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL N. CONGRESO DEL ESTADO REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

SEGUNDO TETRAMESTRE

ESPAÑOL II

Conocer los aspectos gramaticales sobre la estructura de la lengua aplicando asimismo los conceptos que el buen uso de la lengua requieren. Es de suma importancia que dentro del curso de español II el alumno identifique, analice y aplique los aspectos gramaticales planteados en el programa, para lograr con esto una mayor comprensión de la expresión oral o escrita.

Así mismo, se pretende que el alumno aplique los conceptos adquiridos no solo en ejercicios prácticos o comprobatorios, sino también en la práctica y comunicación diaria que hacemos a través de la lengua.

Beristain Helena.- Gramática Estructural de la lengua española ---
Textos universitarios. Dirección general de publicaciones, U.N.A.M.
La real Academia.- esbozo para una nueva gramática
Seco Manuel.- manual de gramática.

LITERATURA HISPANOAMERICANA

Al terminar el presente curso, el alumno tendrá conocimientos sobre las principales obras de la literatura hispanoamericana que le servirán para comprender la cultura de los países se habla hispana y en especial la nuestra/

Comprensión que desarrollará la formación de criterios de análisis y de comparación en las obras literarias, en los siguientes siglos XVI, XVII, XVIII, XIX y XX.

Anderson, Inbert E. Literatura hispanoamericana ed Porrúa, México 1970

PSICOLOGIA GENERAL

Proporcionar al alumno los elementos que intervienen en el proceso de conducta, que le permitirán identificar los diferentes aspectos que intervienen en el comportamiento, definiendo los conceptos básicos de la Psicología y el individuo, el dinamismo de la conducta y los aspectos sociales de la conducta.

Whittaker James O. Psicología, ED. Interamericana, México, 1977.



Estado de



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO. REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

TERCER TETRAESTRE

PSICOLOGIA SOCIAL

A través de analizar y explicar el campo de la psicología social, el alumno será capaz de identificar los conceptos y teorías relacionados con el nombre en su proceso social, basándose en los CONCEPTOS DE LA PSICOLOGIA GENERAL?

LINDGREN, Henry Clay, introducción a la psicología social, 2a. -- Edición.

COMUNICACION SOCIAL II

El alumno conocerá los enfoques y las teorías cognitivas de la comunicación.

Carter, Richard F., "Comunicación and affective relations", Journalism Quarterly, 42,3.203-212 1965.

Chanaffee, steven h., (sd) Political Communication, Babercly rills, CA., sage 1975.

TEORIA DE LA ADMINISTRACION

El alumno identificará a la administración como un sistema; conceptualizandp su definición teórica, distinguiendo los tipos de -- administración pública y privada, sus fines manejando los elementos del proceso administravito con los cuales podrá establecer metodos prácticos para la consecución de sus objetivos particulares en su formación académica y profesional, considerando esta metodología como un proceso continuo y respectivo.

Reyes Ponce Agustin, primera y segunda parte de administración de empresas, teoría y práctica. ed. lumusa.

SEMINARIO DE REDACCION

El alumno determinará la importancia del lenguaje, específicamente escrito, en la comunicación; podrá escribir descripciones, narraciones argumentaciones y exposiciones, así como cartas, memorandums informes asuntos avisos. circulares y boletines

Martín Vivaldi, G. Curso de redacción, ed. paranafo, Madrid 1980.

TEORIA ECONOMICA

El alumno comprenderá en su estudio e investigación de ciencia, -- conocerá el proceso histórico de la economía. comprenderá y analizará los diferentes principios de leyes que rigen a la economía, -- distinguiendo los varios tipos de empresas productoras, ya que son el centro de la actividad económica. la medición de la renta nacional y los diferentes aspectos políticos monetarios como elemento -



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 344 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ARTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

primordial para las funciones del dinero y su uso en las sociedades económicas modernas.

Se pretende que al final del curso y con estos elementos de conocimiento, el estudiante pueda comprender y explicar la realidad económica de México.

Curso Elemental de economía.- H.N. Scott. Fondo de cultura económica.

APRECIACION ESTETICA

Integrar los conocimientos estéticos en el contexto cultural de cada alumno y favorecer el reconocimiento de esta relación como una exigencia de la cultura, Fortalecer y racionalizar en la medida de lo posible e; juicio estético del estudiante

Ediciones Catedra madrid

William Fleming Arte, Musica e Ideas Nueva editorial Interamericana México.

CUARTO TETRAESTRE

ESTADISTICA

Estadística descriptiva: organización, probabilidad conceptos básicos y teoremas variables funciones de probabilidad acumulada, valor esperado, varianza y teorema de Chevsheff. Variable aleatoria binomial Elementos de teoría de muestreo. Distribución de student Prueba de hipótesis Texto. Paul G Hoe., estadística elemental CECSA, 1979.

COMUNICACION MASIVA

El alumno conocerá los usos y los efectos de la comunicación masiva Hiebert. R. E. y Bohn, T. W. Mass Media III Longman; Nueva York, -- 1982.

PROBLEMAS ECONOMICOS Y SOCIALES DE MEXICO.

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de identificar plenamente los principales problemas que aquejan al país en el presente.

Los alumnos deberán investigar los temas a través de revistas, periódicos o publicaciones especializadas realizar encuestas tanto a personas físicas como a organismos privados o públicos.



Gobierno del Estado de
Tamaulipas

DIRECCION GENERAL DE...



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 204 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

FOTOGRAFIA BASICA

Brindar los conocimientos teórico-prácticos, que permitan al -
estudiante formular, elaborar e interpretar mensajes,
Texto base
Apuntes "Curso básico de fotografía para la comunicación visual"
Hinojosa, Carlos.

SOCIEDAD POLITICA DE MEXICO

Conocer y analizar los parámetros y características políticas -
sociales y culturales de la sociedad mexicana.
Analizar el papel que desempeña el sistema político dentro de -
la sociedad en general.
Conocer quien gobierna, quienes tienen acceso al poder y cuales
son las condiciones sociales de ese acceso.
Hansen Roger D. la política del desarrollo mexicano siglo XXI
Ed. México.
Smith, Peter los laberintos del poder.

PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION

El alumno, a partir de las definiciones de los conceptos de emi-
sor, mensaje, medio y receptor, distinguirá los factores que --
intervienen en el campo de las actitudes, en base a la percepción
agen del trabajo en equipo asta identificar hasta identificar los
factores que participan en el proceso/
Libro base. Maletke G. Psicología de la comunicación social, Ed.
Cierpal, Ecuador, 1976.

QUINTO TETRAMESTRE

INTRODUCCION A LAS RELACIONES PUBLICAS

El alumno será capaz de definir comprender el concepto y las fun-
ciones de las relaciones publicas en empresas publicas y privadas
asi como sus elementos y politicas, además de la forma de rela-
ciones publicas. jorge Rios Szalay.
Relaciones publicas, principios, caos y problemas
Moore, Ed. C.E.C.S.A.

PUBLICIDAD I

El alumno conocerá ;ps aspectos generales de los procesos de la-
publicidad, Además se proporcionará la información adecuada para
la toma de decisiones, en cuantp afectan a los distintos procesos
publicitarios.

Gobierno del Estado de
Tamaulipas



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 284 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

Este programa es la primera parte de dos y tendrá su continuación en el semestre en donde se tratarán los temas de los procesos creativos, analizarán los diversos medios publicitarios y finalmente -- las técnicas de evaluación de la eficiencia publicitaria.

Publicidad comercial, Dorotoy chen. ed. Diana.
Seducción subliminal, Wilson Bray Key, Ed. Diana, 4a. Imp. 1981.
Introducción a la publicidad, A. J. Brewster, H.H. Palmer y otros.

PERIODISMO I

El alumno conocerá y analizará el periodismo como medio de información y enjuiciamiento de los hechos humanos de interés colectivo. Descubrirá la entrada de la NOTICIA como base del periodismo informativo.

El reportero profesional - Stanley Johnson y Julián Harris Editorial trillas. 1977

MERCADOTECNIA

En esta asignatura el alumno sabrá de la importancia que tiene la mercadotecnia en una institución, ya sea productora o de servicios. Las diversas actividades técnicas, tanto físicas como psicológicas de los consumidores.

Texto base; dirección de mercadotecnia Autor: Philip Kotler.
Textos complementarios -fundamentos de Marketing.

PSICOLOGIA DE GRUPOS

El alumno señalará los diferentes procesos de grupo en el inicio - de la formación, e identificará los roles y las actividades de líder, así como los pasos para la resolución de problemas en equipo. Goldhaber Gerald. Comunicación organizacional. Ed. Logos, México - 1978.

FOTOGRAFIA I

El alumno conocerá y aplicará la técnica fotográfica en los diferentes campos de la práctica profesional.
The Techniques of photography, Time Life.
La otra Faz Kodak ediciones.





UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 344 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 719 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

SEXTO TETRAESTRE

RELACIONES PUBLICAS INTERNAS.

El objetivo general es el que el alumno analice los conceptos que intervienen en el proceso de las relaciones industriales definiendo sus conceptos básicos, diferenciandolos de las relaciones públicas.

Psicología de la conducta industrial C. Smith y H. Wakeley Ed. --
Mc. Graw Hill
Apuntes dados en clase.

PUBLICIDAD II

En este curso, que es la segunda parte de la materia de publicidad, y estructurado como continuación del semestre anterior, el alumno conocerá los diversos procesos creativos aplicados en la eficiencia de la publicidad/

Publicidad comercial, Dorotoy Cohen Ed. Diana.

PERIODISMO II

El alumno será capaz de obtener información, opiniones y datos personales, a través de las entrevistas noticiosas, de opinión o de semblanza.

Borrego Salvador, Johnson, Stanley y otro: el repotero Profesional Edit Trillas.

MERCADOTECNIA II

El objetivo principal de este curso es que el alumno sea capaz de aplicar de manera práctica los conocimientos básicos o fundamentales de mercadotecnia. Apoyo principal los temas contenidos en el curso. Libro de Texto: dirección de mercadotecnia, análisis, planeación y control. 2a. y 3a. ed. Philip Kotler Ed. Diana.

ADMINISTRACION DE EMPRESAS I

El alumno conocerá el proceso administrativo en sus funciones de:--
PLANEAR, ORGANIZAR, Las interrelaciones de las mismas como así --
también técnicas propias de ellas.

Koontz C" Donnell.- curso de administración moderna.



Gobierno del Estado de
Tamaulipas

DIRECCION GENERAL DE



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL N. CONGRESO DEL ESTADO REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

FOTOGRAFIA II

Brindar al alumno los elementos teorico que le permitan solucionar los problemas concretos aplicables a la fotografia publicitaria. La fotografia es fácil. Tomo VIII Editorial AFNA.

ADMINISTRACION DE EMPRESAS II

Aqui el alumno determinara las vias correctas para determinar una organizacion dentro de sus conocimientos administrativos e investigar los diferentes metodos para determinar que direcciones debetomar las alternativas que se presentan en la toma de decisiones--Administración Moderna Koontz y O' Dnnel.

SEPTIMO TETRAESTRE

RELACIONES PUBLICAS EXTERNAS

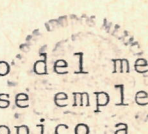
Que el alumno sea capaz de realizar las teorias motivacionales, -- identifique las variables del manejo de juntas, organizaciones de eventos internos e internos/
Publicidad comercial dorotoy cohen Ed. Diana/

DISENO Y ANALISIS DEL MENSAJE PUBLICITARIO: .

Como resultado de las actividades academicas y practicas realizadas en este curso/
de los conceptos asi como el dominio de las técnicas correspondientes.
Texto Básico: Introduccion a la publicidad Brewstwee, Palmer e Ingraham Ed. CECSA 1980.
Textos complementarios La comunicacion y los mass media Abraham Moles ed. Mensajero 1975.

AUDIOVISUAL

El alumno estará capacitado y habilitado para hacer uso del medio - radiofonico, asi como de cada una de las técnicas que se emplearán- para desarrollar el amplio mundo del periodismo radiofonico a través de lso distintos generos periodisticos.
Periodismo Radiofonico John F. Newan Edit. Limusa México



del Estado de
Tamaulipas
DIRECCION GENERAL DE
EDUCACION Y CULTURA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL M. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PERIODISMO COMPARADO.

Comparar el sistema de redes informativas operantes a nivel nacional e internacional; como se practica la tarea informativa en distintos lugares y frente a distintos problemas, y las consecuencias derivadas para los sistemas sociales.
López Escobar, Esteban análisis del "NUEVO ORDEN" Internacional - de la formación ED. BUNSA La ed. Pamplina 1978

REGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Que el alumno conozca las disposiciones legales a que estará sujeto como profesional de la comunicación, la cual le sería difícil comprender en toda su magnitud, ya que carece de los conocimientos necesarios para comprender en toda su esencia el estudio del derecho por lo que se lleva como libro de texto el libro de Jorge Pinto Maza; que se denomina "regimen Legal de los medios de comunicación colectiva" que en si mismo es una recopilación de las leyes que integran el derecho de la comunicación social.

ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS

El alumno será capaz de abalzar las teorías relacionadas con el comportamiento humano, estableciendo con aquellos elementos fundamentales en el trato donde los individuos: realizando análisis sobre casos prácticos/
Relaciones humanas. Luis Haro Leeb, Editorial Edicol.
Relaciones humanas social Murillo, editorial limusa.

OCTAVO TETRAESTRE

ORGANIZACION DE DEPARTAMENTOS Y AGENCIAS DE PUBLICIDAD

Los alumnos tomarán de varias alternativas la correcta, investigará y expondrá la resolución al problema del caso práctico en equipo.
fundamentalmente de Marketing J. Stanton 2a. ed. Mc. Grae Hill

COMUNICACION ORGANIZACIONAL

Al terminar el siguiente curso, el alumno conocerá los descubrimientos teóricos fundamentales/ y será capaz de analizar los efectos del flujo de mensajes que se producen en los principales formas de internación de una organización.

Goldhaber, Gerald M.- Comunicación organizacional, Ed. Logos, México.

Gobierno del Estado de
Tampulipas
DIRECCION GENERAL



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL N. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

AUDIOVISUAL II

Al final del curso el alumno conocerá, comprenderá y analizará las distintas maneras de realizar guines, de utilizar filtros y efectos especiales, el manejo de la realización de programas audiovisuales. La producción en multi-imagen. cuaderno de multivisión Audiovisual. apuntes en clase

OPINION PUBLICA

Al termina del curso el alumno será capaz de determinar el proceso de la opinión publica y los elementos inherentes a esta. así mismo aplicará estos conocimientos a través de análisis periodísticos y sondeo de p¹/₂inión. CCESSIO, Carlos La opinión publica" Mex. 1958 Trillas, Buenos Aires, biblioteca del hombre contemporaneo

CREATIVIDAD PUBLICITARIA.

En este programa, se tratará de despertar en el alumno la inquietud dreativa, guiandolo a aplicar los elementos fundamentales encabe-- zados por el ejercicio mental al aspectpo estetico y técnico. Guías completas de ilustración y diseno, T Dalley Ed. Blume.

ETICA PROFESIONAL

Que el alumno al terminar el presente curso tenga las nociones bási cas de la ética, así como el enfoque centra su recomendación en el quehacer periódístico, involucra significativamente la actividad del comunicador-publirelacionista y del comunicador-publicista. Luka Branjnovi. Deontologia Periódística Ed. E.R.N.S.A.



Gobierno del Estado de
Tamaulipas
DIRECCION GENERAL DE
PROFESIONES Y CULTURA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 364 DE FEBRERO 27 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

ESPAÑOL I

El presente curso tiene como finalidad que el alumno conozca y analice las nuevas corrientes y conceptos que sobre el idioma y su estructura se no plantean. Así mismo pretende relacionarlo con los aspectos gramaticales que sobre el uso del español se vierten, tratando al mismo tiempo que el estudiante amplie su léxico y lo aplique correctamente en las distintas manifestaciones de la comunicación ya sea en las distintas manifestaciones de la comunicación ya sea oral o escrita.

Avila Raúl- la lengua y los hablantes- editorrial trillas.

Beristain Helena- Gramática estructural de la lengua española.

Dirección general de publicaciones U.N.A.M.

LITERATURA CASTELLANA

Comprenderá los distintos elementos conceptuales de diferentes épocas en la obra literaria castellana a través de su evolución histórica, distinguiendo la realidad que presenta el autor literario a través de su obra, mediante el análisis de textos.

Antigua poesía española, lírica y narrativa Alvar; Manuel (prólogo y selección, ed/ Porrúa, sol Sepan cuantos.

Que es la literatura?, castegnino, Raúl E. Ed. Nova, Buenos Aires.

METODOLOGIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Comprenderá las consideraciones que inicien en cada uno de los estadístico del proceso de recogida de datos relacionados con los fenómenos sociales.

Conocer la filosofía de la ciencia que sustenta el proceso de la investigación social, y la unidad intelectual de la investigación una extensión de éste último.

Métodos de Investigación en las relaciones sociales .

Claire Selltiz, Lawrence S. Wrightsman, Stuart W. Cook, Ediciones Rialp, S. A. Novena Edición, Madrid 1980.

El trabajo intelectual; Jean Guiton, ediciones Rialp, S. A. Madrid 1977.

ANTROPOLOGIA SOCIAL

Al terminar las actividades de aprendizaje del curso, el estudiante:

a) se familiarizará con el lenguaje, métodos y perspectivas de la antropología social como apoyo a los enfoques científicos humanísticos de la teoría de la comunicación.

b) Proseará actividades de comprensión y respecto por las manifestaciones culturales distintas a las suyas

c) Se interesará por una conceptualización de lo humano como requisito para la teorización en comunicación y su consiguiente aplicación tecnológicas



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

Introducción a la antropología R. L. Bealls-Harry Hoijer, Aguilar
Ensayos de antropología social E.E. Evans-Pitchard, siglo XXI. --
conceptos clave de antropología social Angel Aguirre, Diamond.

PRINCIPIOS GENERALES DE DERECHO

La carrera de ciencias de la comunicación prepara profesionalmente cuyo campo de acción es la sociedad en que vivimos.

Es necesario que el futuro profesionista conozca, aunque sea de una manera general, el campo en el que se va a desarrollar.

El objetivo de la materia de Introducción al estudio del derecho cumple con la función de mostrar al alumno, desde el punto de vista jurídico que se verán en semestres superiores.

Texto: Elementos de derecho Efrain Moto Salazar Editorial Porrúa, S. A.

Introducción al derecho y lecciones de derecho civil, Eduardo Peniche López editorial porrúa, s. a.

TEORIA DE LA COMUNICACION

El alumno tendrá la capacidad de senalar los criterios formales de una teoría científica, y los sabrá aplicar a modelos básicos de la comunicación.

Becker, Lee. McComb & McLeod, "El desarrollo del conocimiento político", en Steven H. Chanfee, (ed) política Communication, sage-publications, Beverly Hills, CA., 1975.

Blumler, Jay y Katz, Alihu, The Uses of Mass communication, Vol. 3 sage Anual Reviewsof communication Research, Beverly Hills, CA., 1974.

INGLES I

Al terminar el curso el alumno estará capacitado para hacer uso adecuado de las distintas normas gramaticales, así como conceptos las expresiones básicas, técnicas del inglés en las Texto-Básico-folleto.

INGLES II

Al terminar el curso el alumno estará capacitado para hacer uso adecuado de las distintas conceptualizaciones de las expresiones básicas y técnicas del inglés utilizados en las ciencias de la comunicación. Además de retroalimentar en forma escrita los conocimientos adquiridos.

Texto-Básico.



Gobierno del Estado de



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

COMUNICACION SOCIAL I

El alumno conocerá el proceso, el contexto, y los elementos de la comunicación masiva.

Hiebert, H. E. Ungrurait, D. F. y Bohn, T. W.
Mass Media III, Longman, Nueva York, 1982.

TECNICAS DE INVESTIGACION DOCUMENTAL

Capacitar al alumno de comunicación en el conocimiento y aplicación eficiente de las distintas técnicas de investigación para una integración de conocimientos en el campo de la metodología de las ciencias sociales.

Carreno Huerta, Fernando. La Investigación Bibliografica ED. Grijalvo.

Pardinas, Felipe. Metodología y Técnicas de investigación en ciencias sociales, ed. siglo XXI.

Garza Mercado, Ario Manual de Técnicas de Investigación para estudiantes de Ciencias sociales. Depto. de extensión Universitaria, -- U.A.N.L.

SOCIOLOGIA URBANA

Al finalizar el presente curso el alumno obtendrá una visión global del campo de la sociología, así como también de la problematización de su limitación en métodos de percepción, denominadas, teoría sistémica y coherentes, explicativas y objetivas de los fenómenos sociales.

Timasheff, Nicolás. La teoría sociológica. Fondo de cultura económica.

INGLES III

Consolidar la habilidad, la comprensión y la traducción de temas y asuntos escritos en inglés referidos a fenómenos sociales y especialmente de comunicación/

Mass Media II (Impresos en la facultad)
Folleto de Inglés.

INGLES IV

Consolidar la habilidad, la comprensión y la traducción de temas y asuntos escritos en inglés referidos a fenómenos sociales y especialmente de comunicación.

Mass Media II (IMPRESOS EN LA FACULTAD)



Gobierno del Estado de
Tlaxcala
DIRECCION GENERAL DE

UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

DIRECTORIO

Lic. Edith Cantú de Luna
Rectora

Lic. Lauro Cantú de Luna
Vicerector

Ing. Gaspar Huerta Argüelles
Secretario General

Lic. Arcadia González Hernández
Dir. de Planeación Académica

Lic. Rosalinda Martínez Cepeda
Dir. de Servicios Escolares y Archivo

Lic. Alfonso Merino Araiza
Dir. de Relaciones Públicas

Srita. Marisol Martínez Cano
Dir. de Finanzas

Ing. Nazario Cantú de Luna
Dir. de Mantenimiento

Ing. Sergio Cantú de Luna
Dir. del Instituto de Ciencias Físico-Matemáticas

Dr. José Francisco Díaz García
Dir. del Instituto de Ciencias Biológicas (Medicina)

Dr. Alejandro Luis Hernández
Dir. del Instituto de Ciencias Biológicas (Enfermería)

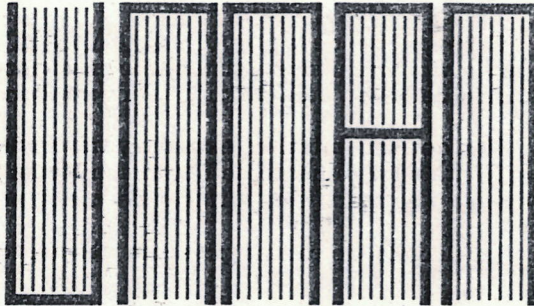
Lic. Iván I. Reyna Valdez
Dir. del Instituto de Ciencias y Humanidades
(Turno Matutino)

Lic. Alfonso Martínez Mohedano
Dir. del Instituto de Ciencias y Humanidades
(Turno Nocturno)

Lic. Nicolás Portales Lerma
Dir. del Instituto de Ciencias Económico-
Administrativas (Nocturno)

C.P. Roberto De La Torre Hurtado
Dir. del Instituto de Ciencias Económico-
Administrativas (Matutino)

E. Julia Pesada de Vargas
Jefa del departamento de Extranjeros



"LA VERDAD POR LA VERDAD"

GUIA DE CARRERAS



Guerrero Esquina con Plutarco Elías Calles, Col del Prado, Cd. Reynosa, Tam.- Mexico
TELEFONOS: 2-20-86, 2-20-02, 2-20-21, 2-20-31 y 2-24-60

*Listado
de materias
Falta:
cuestionarios
y plan de
estudios
completo*

INTRODUCCION

El ritmo vertiginoso de nuestra era obliga a una evolución más acelerada, es por esto que la **UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE**, muestre su cambio al crear una Institución de Estudios con caracteres de enseñanza superior.

Cumpliendo con los reglamentos que le dan validez oficial bajo el decreto 384 del 23 de febrero de 1983 del Congreso del Estado de Tamaulipas y a su Registro ante la Secretaría de Educación Pública según acuerdo 219 de marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.

Desde sus orígenes, en septiembre, de 1982, tiene una responsabilidad que cumple día con día, ya que su compromiso principal es ratificar su postura como plantel de docencia superior mediante la creación de verdaderos profesionistas prototipos en todo momento de solventar las necesidades del municipio y de nuestro país.

El imperativo de la **UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE** es impulsar vigorosamente el sistema de enseñanza nacional por lo que esta abierta a la captación del joven para dirigirlo a la verdadera esencia del hombre, "La Cultura".

Una decisión difícil en extremo y trascendental por necesidad es aquella a la que se enfrenta un estudiante de Educación Media (Secundaria) cuando está a punto de graduarse y se manifiesta a través de una interrogante: ¿Qué voy a estudiar?

La elección de carrera presenta tres aspectos igualmente importantes:

- a).- El conocimiento de uno mismo.
- b).- El conocimiento de la realidad ocupacional y...
- c).- Las distintas alternativas que ofrecen las instituciones educativas de nivel superior.

En el primer aspecto, aparece la necesidad de una autoevaluación lo más objetiva posible; por ejemplo, el tipo de actividades que se prefieren, de las aptitudes e intereses que se posean, la destreza manual, el gusto por la lectura o el interés por los acontecimientos políticos y sociales. Se debe tener cuidado en no elegir una carrera por su suelta facilidad, sino por el interés que se tenga hacia ella.

El conocimiento de la realidad ocupacional no es menos importante que lo señalado anteriormente. Si un individuo se conforma en elegir entre las carreras tradicionalmente establecidas, se está limitando no sólo en cuanto a oportunidades de desarrollo personal, sino también en su participación en el desarrollo social y científico. Al acrecentar el conocimiento acerca de las diversas profesiones que existen en la actualidad, se tendrá mayor facilidad para encontrar aquella ocupación que realmente se acerca o se apega a cada personalidad y sus potencialidades.

Esta Guía de Carreras de la **UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE** trata de cubrir el tercer segmento de este panorama profesional proporcionando al estudiante una información general de las actividades que realiza cada profesionista; el posible campo de trabajo; las condiciones especiales de estudio de cada carrera; materias que componen el plan de estudios:

MEMBRESIAS:

Organización Mundial de la Salud (OMS)
Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC)
Asociación Mexicana de Facultades y Escuelas de Medicina, A.C. (AMFEM)
Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior (FIMPES)
Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior (ANUIES)
Asociación Internacional de Rectores de Universidades Particulares (AIUP)
Asociación Nacional de Universidades y Escuelas Particulares (ANUEP)
Unión de Universidades de América Latina (UDUAL)
Federación Panamericana de Facultades y Escuelas de Medicina (FEPAFEM)
Organización Panamericana de la Salud (OPS)

"LA VERDAD POR LA VERDAD"

ENE-JAN						
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				
FEB-FEB						
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					
MAR-MAR						
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				
ABR-ABR						
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					
MAY-MAY						
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				
JUN-JUN						
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					
JUL-JUL						
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				
AGO-AGO						
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					
SEPT-SEPT						
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					
OCT-OCT						
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					

*Las cole

INSCRI
INICIO
PRIME
SEGUN
EXAME
EXAME
PAGO
PAGO
PAGO
DIAS M

CALENDARIOS ESCOLARES

SISTEMA TETRAESTRAL

UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

1987											
ENE-JAN				FEB-FEB				MAR-MAR			
D	L	M	J	D	L	M	J	D	L	M	J
		1	2	3	1	2	3	4	5	6	7
4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12
11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19
18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26
25	26	27	28	29	30	31				29	30
ABR-APR				MAY-MAY				JUN-JUN			
D	L	M	J	D	L	M	J	D	L	M	J
		1	2	3	4		1	2	3	4	5
5	6	7	8	9	10	11	3	4	5	6	7
12	13	14	15	16	17	18	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30			28	29	30		
JUL-JUL				AGO-AGO				SEP-SEP			
D	L	M	J	D	L	M	J	D	L	M	J
		1	2	3	4		1		1	2	3
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20	13	14	15	16	17
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20
22	23	24	25	26	27	28	20	21	22	23	24
26	27	28	29	30	31		27	28	29	30	
OCT-OCT				NOV-NOV				DIC-DIC			
D	L	M	J	D	L	M	J	D	L	M	J
		1	2	3	4		1		1	2	3
4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12
11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19
18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26
25	26	27	28	29	30	31	29	30			

REINSCRIPCIONES ENERO 5 y 6
 INICIO CICLO LECTIVO ENERO 7
 1a. EVALUACION FEBRERO 6-13
 2a. EVALUACION MARZO 13-20
 EVAL. ORDINARIA ABRIL 14-23
 EVAL. EXTRAORDINARIA ABRIL 27-30
 DIAS NO LABORABLES... 5 FEB. 16 y 17 ABR.

REINSCRIPCIONES ABR. 30 MAY. 2
 INICIO CICLO LECTIVO MAYO 6
 1a. EVALUACION JULIO 10-17
 2a. EVALUACION JUNIO 5-12
 EVAL. ORDINARIA AGOSTO 17-24
 EVAL. EXTRAORDINARIA AGOSTO 25-28
 DIAS NO LABORABLES

REINSCRIPCIONES AGOSTO 29-31
 INICIO DE CICLO LECTIVO SEP. 2
 1a. EVALUACION OCT. 2-9
 2a. EVALUACION NOV. 6-13
 EVAL. ORDINARIA DIC. 11-18
 EVAL EXTRAORDINARIA DIC. 21-24
 DIAS NO LABORABLES 16 SEPT.-2 NOV.

*Las colegiaturas deberan de cubrirse los 5 primeros días de cada mes.

SISTEMA SEMESTRAL

INSCRIPCIONES del 10. de Junio hasta el 14 de Agosto
 INICIO DE CLASES el 17 de Agosto
 PRIMER EXAMEN PARCIAL del 21 al 25 de Septiembre
 SEGUNDO PARCIAL del 2 al 6 de Noviembre
 EXAMEN ORDINARIO del 14 al 18 de Diciembre
 EXAMEN EXTRAORDINARIO del 11 al 15 de Enero de 1987
 PAGO 1a. COLEGIATURA del 17 de agosto al 25 de septiembre
 PAGO 2a. COLEGIATURA del 28 de Septiembre al 6 de Noviembre
 PAGO 3a. COLEGIATURA del 9 de Noviembre al 18 de Diciembre
 DIAS NO LABORABLES 16 de Septiembre y 2 de Noviembre

1.- ¿Qué es lo que hace?

El Lic. en Ciencias de la Comunicación es un experto en la elaboración, emisión e interpretación de mensajes, así como en los métodos de Comunicación.

Describe, explica y predice en forma lógica y organizada los fenómenos de la comunicación.

Aplica la investigación social para evitar la especulación, el dogma o la demagogia.

2.- Características deseables en el estudiante :

El manejo, comparación y análisis de sucesos.

Buena memoria.

Habilidad para el lenguaje oral y escrito.

Conocimiento profundo del idioma.

Destreza y habilidad para organizar el trabajo de varias personas.

Amplio sentido humanista y gran sensibilidad.

3.- Campos de Trabajo :

Empresas Radiofónicas de T. V. y cinematografía.

En diarios y revistas.

La industria editorial.

Agencias de información nacional e internacional.

Agencias publicitarias

La empresa privada.

En investigación científica.

Instituciones educativas.

PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER TETRAESTRE

- Español I
- Literatura Castellana
- Metodología de las Ciencias Sociales
- Antropología Social
- Principios Generales del Derecho
- Teoría de la Comunicación
- Inglés I y II

SEGUNDO TETRAESTRE

- Español II
- Literatura Hispanoamericana
- Psicología General
- Comunicación Social I
- Técnicas de la Invest. Documental
- Sociología Urbana
- Inglés III y IV

TERCER TETRAESTRE

- Psicología Social
- Comunicación Social II
- Teoría de la Administración
- Seminario de Redacción
- Teoría Económica
- Apreciación Estética

CUARTO TETRAESTRE

- Estadística
- Comunicación Masiva
- Problemas Pol. y Soc. de México
- Fotografía Básica
- Sociedad y Política de México
- Psicología de la Comunicación

QUINTO TETRAESTRE

- Introd. a las Relaciones Públicas
- Publicidad I
- Periodismo I
- Mercadotecnia I
- Psicología de Grupos
- Fotografía (Laboratorio 1)

SEXTO TETRAESTRE

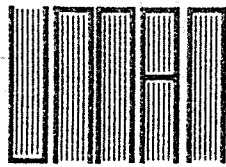
- Relaciones Públicas Internas
- Publicidad II
- Periodismo II
- Mercadotecnia II
- Administración de Empresas I-II
- Fotografía (Laboratorio 2)

SEPTIMO TETRAESTRE

- Relaciones Públicas Externas
- Diseño y Análisis del Mensaje Publicitario
- Audiovisual I
- Periodismo Comparado
- Régimen Legal de Medios de Comunicación
- Admón. de Recursos Humanos

OCTAVO TETRAESTRE

- Organización de Departamentos y Agencias de Publicidad
- Comunicación Organizacional
- Audiovisual II
- Opinión Pública
- Creatividad Publicitaria
- Ética Profesional



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO
REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983
DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

INICIACIÓN DE CURSOS 2 DE SEPTIEMBRE

♦ PREPARATORIA	1 AÑO 4 MESES
♦ LIC. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS	3 AÑOS
♦ CONTADOR PUBLICO AUDITOR	3 AÑOS
♦ LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	2 AÑOS 8 MESES
♦ LIC. EN DERECHO	3 AÑOS 4 MESES
♦ LIC. EN SISTEMAS COMPUTACIONALES	2 AÑOS 8 MESES
♦ ING. AGRONOMO	2 AÑOS 8 MESES
♦ ING. CIVIL	2 AÑOS 8 MESES
♦ ARQUITECTURA	3 AÑOS
♦ MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA	3 AÑOS 4 MESES
♦ ENFERMERIA	2 AÑOS
♦♦ MEDICO CIRUJANO DENTISTA	4 AÑOS
♦♦ MEDICO CIRUJANO	4 AÑOS
♦ TETRAMESTRES	♦♦ SEMESTRES

Requisitos de admisión :

- Acta de Nacimiento (original y dos copias).
- Certificado de secundaria (original y dos copias).
- Certificado de Preparatoria o equivalente (original y dos copias).
- Carta de buena conducta (original y dos copias).
- Seis fotografías tamaño infantil.
- Seis fotografías tamaño credencial de frente.
- Certificado Parcial (En caso de revalidar materias) (Original y dos copias)

2-20-86

2-20-02

INSCRIPCIONES ABIERTAS

Informes al:

2-20-21

2-20-31

2-24-60

Guerrero Esquina con Plutarco Elias Calles, Col. del Prado, Reynosa, Tam., México



CD. REYNOSA, TAM. A 26 DE JUNIO DE 1991

LIC. FCO. DE JESUS ACEVES GONZALEZ
COORDINADOR ACADEMICO CONEIC
P R E S E N T E .

Estimado Francisco Aceves.

Esperando que estes bien aprovecho para saludarte y agradecerte el apoyo que te sirvas darnos. Aquí enviamos en parte, información que solicite, espero que nos hagas una buena crítica y nos facilites la información que deberemos complementar, estamos en la mejor disposición de trabajar con el nuevo comite. De esta misma manera no creo que sea necesario decirlo - pero aquí tienen las puertas abiertas y estaríamos contentos de que nos realizaran una visita.

Deseando que todos tus logros sean alcanzados me despido, no sin antes reiterarte todo mi apoyo incondicional a través de la Universidad que represento.

A T E N T A M E N T E
" LA VERDAD POR LA VERDAD "

LIC. SUSANA TREVINO SILVA
UMAN-DIRECTORA DE COMUNICACION

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68
Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



P R O L O G O . . .

LA INFORMACION QUE A CONTINUACION SE PRESENTA FUE RECOLECTADA DE LOS DIFERENTES DEPARTAMENTOS QUE INTEGRAN LA UNIVERSIDAD MEXICANA AMERICANA DEL NORTE PARA CUMPLIR CON PARTE DE LOS REQUISITOS SOLICITADOS POR PARTE DEL CONSEJO.

EN NUESTRO INTERES POR FORMAR PARTE DEL CONEIC SOLICITAMOS REVISAR LA DOCUMENTACION QUE SE MENCIONA, AGRADECIENDO SE TENGA BIEN DARNOS UN INFORME SOBRE LAS DEFICIENCIAS DE DOCUMENTOS PARA COMPLEMENTAR LO MAS EFICAZ Y RAPIDAMENTE POSIBLE.

LA UMAN EN EN SU OBJETIVO DE CRECER CULTURALMENTE PARA UN MEJOR DESARROLLO DE NUESTROS TRABAJADORES, ALUMNOS Y LA MISMA SOCIEDAD, SE INTERESA EN SER UNA PARTE DE USTEDES PARA UN MEJOR APROVECHAMIENTO DE QUIENES QUEREMOS FORMAR FUTUROS COMUNICOLOGOS DIGNOS DE NUESTRO PAIS.

AGRADECIENDO SU FINA ATENCION Y SIN MAS POR EL MOMENTO QUEDO DE USTED:

L.C.C. ROSA MA. MORENO ALTAMIRANO
DPTO. INVESTIGACION

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



I N D I C E G E N E R A L

- * ANTECEDENTES
- * ORGANIGRAMA
- * REQUISITOS DEL ALUMNO
- * RELACION DE DOCENTES
- * CUADRO DE CONCENTRACION DE DOCENTES
- * POBLACION ESTUDIANTIL
- * EGRESADOS
- * TITULADOS
- * OPCIONES PARA TITULARSE
- * BIBLIOTECA DE L.C.C.
- * PROGRAMA DE L.C.C.
- * INFORMACION LEGAL COMPLEMENTARIA



ANTECEDENTES . . . U.M.A.N.

La Universidad México Americana del Norte es una institución de estudios con carácter de enseñanza media-superior y superior, presta a cumplir con los reglamentos - que le dan validez oficial bajo el decreto 384 del 23 de - Febrero de 1983 del H. Congreso del Estado de Tamaulipas y, a su registro ante la Secretaría de Educación Pública se - gún acuerdo 219, de marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.

Desde sus orígenes en septiembre de 1982 los socios fundadores (Dr. Efraín Zuñiga, Lic. Abel Zuñiga C, - Lic. Ma. del Carmen Juaristi Septien, Maximiliano Zuñiga C, Lic. José Angel Martínez Peña y Horacio Hinojosa Chapa) se trazan un compromiso que hasta la fecha se están cumpliendo satisfactoriamente, ratificando así su postura como plantel de docencia superior mediante la creación de verdaderos por fesionistas, prototipos en todo el momento de solventar las necesidades del municipio y del país.

El 20 de septiembre de 1983 los integrantes de la Asociación Civil denominada UMAN es acreditada la Lic. Edith Cantú de Luna como Rectora de esta Casa de Estudios aprobada por los representantes directivos en esa fecha de la Uni versidad (Dr. Jorge Brenes Araya, Edith Cantú de Luna y Tri nidad de Luna Cavazos).

El ritmo vertiginoso de nuestra era obliga a una evolu ción más acelerada, y así la Lic. Edith Cantú de Luna (Rec- tora) conjuntamente con su equipo de trabajo muestran su cam bio al dedicarse con intesidad y convicción profesional a -

- 1 -

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.

Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



las tareas satisfactorias académicas y de su elemento estudiantil en general.

En la actualidad la UMAN ha tenido una tasa de -- crecimiento considerable; aspecto que le ha permitido abrir nuevas áreas profesionales para continuar con sus propósitos de enseñanza, contando hasta hoy con un total de 17 carreras profesionales y el bachillerato en sus 4 especialidades.

Los factores determinantes para que la Universidad siga teniendo este récord, es sin duda alguna, su ambición profesional, característica de otros elementos, como los son:

- A) Su sistema Tetramestral: Lo que permite cursar tres periodos académicos en un año. Así mismo, permite a los alumnos incorporarse más pronto a la vida productiva.
- B) Su costo menor: Conciente la Universidad del déficit económico por el que atraviesa el país presta sus servicios educativos con cuotas mensuales mínimas, que garantizan el alumnado el desembolvimiento continuo de su vida externa.
- C) Objetividad: En cuanto al propósito de -- iniciar e inscribir al alumno, profesionalmente; mediante la labor del elemento docente apto y los diferentes recursos indispensables para el logro de tal fin.



La Universidad México Americana del Norte debido a su esfuerzo diario por consolidar la educación a nivel nacional está registrada ante las siguientes asociaciones:

- ANUIES - Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior.
- UDUAL - Unión de Universidades de América Latina.
- FIMPES - Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior.
- OMS - Organización Mundial de la Salud.
- AIUP - Asociación Internacional de Rectores de Universidades Particulares.
- FEPAFEM- Federación Panamericana de Facultades y Escuelas de Medicina.
- OPS - Organización Panamericana de la Salud.
- ANFEM - Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración.

La UMAN ha canalizado su enseñanza a toda la Cd. de Reynosa, Tam. Mex. - su lugar de origen-, a través de distintos planteles que ha llamado Unidades.

Actualmente son 5 las unidades puestas a disposición del alumnado en general, incluyendo además, el área administrativa.

Todas ellas ubicadas estratégica y cómodamente en el primer plano de la ciudad, en la siguiente forma:

1 UNIDAD DEL PRADO

- Rectoría
- Secretaría General
- Servicios Escolares
- Finanzas
- Secretaría Académica
- *Servicio Social
- *Departamento de Psicopedagogía
- *Investigación
- Titulación
- Informática
- Extensión Universitaria

- 3 -

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



O R G A N I G R A M A . . .

El organigrama que a continuación se muestra está afocado solo al Departamento de Secretaría Académica ya que de él depende la carrera de L.C.C.

RECTORIA

SRIA. GENERAL

SECRETARIA ACADEMICA

SECRETARIA

DIV. POSGRADO	INVESTIGACION	INSTITUTOS O FACULTADES	PSICOPEDAGOGIA	SERVICIO SOCIAL
------------------	---------------	-------------------------------	----------------	--------------------

L.C.C.

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



REQUISITOS DEL ALUMNOS. . .
(PARA LA CARRERA DE L.C.C.)

BACHILLERATO QUE DEBE CURSAR:

El alumno aspirante a ingresar en la carrera de Comunicación deberá haber cursado y acreditado su bachillerato en las especialidades de Humanidades y/o Económico - Administrativas.

PERFIL DEL ESTUDIANTE:

- Capacidad de Análisis y pensamientos abstracto
- Espíritu crítico e investigador
- Imaginación creadora
- Hábitos de lectura y redacción
- Facilidad de expresión escrita y oral
- Sentido humanista y gran sisibilidad

HORARIO DE CLASES:

La UMAN cuenta con dos turnos:

Matutino: 7 am a 11:30 am

Nocturno: 6 pm a 10:40 pm

REQUISITOS DE ADMISION:

- Acta de Nacimiento
- Certificado de Secundaria
- Certificado de Bachiller
- Carta de buena conducta
- Certificado Médico de salud
- Seis fotografías tamaño credencial de frente
- Seis fotografías tamaño infantil de frente
- Pago de cuota de inscripción

*Presentar original y dos copias - 6 -

Universidad Mexicana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.

Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



RELACION DE DOCENTES. . .

TOTAL 18 CATEDRATICOS

L.C.C.C.	MARCO ANTONIO GONZALEZ RAMIREZ
L.D.	RAFAEL GARZA RAMON
L.C.C.C.	MA. ELENA OLIVARES OLVERA
L.C.C.C.	JUANA ERMILA MIRELES RAMOS
L.A.E.	NANCY MAGALLON ELIZONDO
L.C.C.C.	MA. TERESA VIELBA
L.C.C.C.	KARYNA LOPEZ MARTINEZ
L.C.C.C.	SERGIO TELLEZ DEL VALLE
L.P.	ELIZABETH A. CEPEDA SAENZ
L.C.C.C.	BLANCA I. ZUMAYA E.
L.C.C.C.	MARICELA CHAPA BARBOSA
L.C.C.C.	ADOLFO LARA VAZQUEZ
L.A.E.	NORALBA M. CARDENAS LOPEZ
L.C.S.	OSCAR CORTINEZ ESCOBEDO
L.P.	JESUS ANGEL MELENDEZ FLORES
L.C.C.C.	ANA MA. GUTIERREZ GARCIA
L.C.C.C.	ZELMA MINU GARCIA GONZALEZ
L.A.E.	ADRIANA VAZQUEZ



POBLACION ESTUDIANTIL

Crecer plenamente es el que toda Institución que se dedica a la docencia debe plantearse.

Guiar con cautela la educación de los alumnos, - facilitar el aprendizaje de los educandos es la tarea de - quienes hemos escogido la profesión de la docencia. Educar es formar y sembrar en el alma de los jóvenes la semilla - de la ciencia, utilizando para ello los recursos tecnoló-- gicos con que contamos, los que unidos con nuestro perso- nal hacen que sea nuestra herramienta de trabajo.

Debido a nuestros objetivos es que la UMAN ha -- ido creciendo a través del tiempo contando con un total de 1687 alumnos en sus diferentes especialidades. En la carre- ra de L.C.C. se cuenta actualmente con 127.

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



E G R E S A D O S...

A continuación se presenta la siguiente relación de alumnos que han egresado a lo largo de los diferentes periodos a partir del año de 1986 hasta el periodo de Enero-Abril de 1991

AÑO	NUM. EGRESADOS
86	40
87	64
88	46
89	36
90	31
91	45

Haciendo un total de 262 egresados hasta el periodo Enero-Abril de 1991 solamente en la carrera de L.C.C.

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



La siguiente relación de alumnos es a partir del ciclo lectivo Enero-Abril de 1987 a Septiembre-Diciembre de 1991, de la carrera de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

CICLO LECTIVO	TITULADOS
ENERO-ABRIL DE 1987	(2)
MAYO-AGOSTO DE 1987	(4)
SEPTIEMBRE-DICIEMBRE DE 1987	(2)
ENERO-ABRIL DE 1988	(7)
MAYO-AGOSTO DE 1988	(8)
SEPTIEMBRE-DICIEMBRE DE 1988	(8)
ENERO-ABRIL DE 1989	(2)
MAYO-AGOSTO DE 1989	(0)
SEPTIEMBRE-DICIEMBRE DE 1989	(0)
ENERO-ABRIL DE 1990	(1)
MAYO-AGOSTO DE 1990	(0)
SEPTIEMBRE-DICIEMBRE DE 1990	(4)
ENERO-ABRIL DE 1991	(5)
MAYO-AGOSTO DE 1991	(32)
SEPTIEMBRE-DICIEMBRE DE 1991	(0)
TOTAL TITULADOS	75

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



OPCIONES PARA TITULARSE ...

Este último proceso que es la culminación de la carrera se ofrecen las siguientes opciones:

- Tesis
- Curso de Posgrado (acreditando 4 materias de maestría).
- Tesina
- Examen Profesional de conocimientos por promedio general.
- Curso de reforzamiento (duración 50 horas)

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



LOS REQUISITOS QUE DEBERAN CUBRIR PARA TRAMITAR SU
EXAMEN PROFESIONAL SON :

- 1.- Solicitud de Examen Profesional la cual será otorgada por el Departamento.
- 2.- Fotografías:
 - 6 para título: Damas: pintura, accesorios pequeños.
Caballeros: con saco y corbata.
 - 6 para credencial: Con las mismas indicaciones que las anteriores.
 - 12 de filiación: 5 de frente y 6 de perfil: Damas, sin -
pintura ni accesorios, caballeros, sin bigote.
- 3.- Documentos originales:
 - a) Acta de Nacimiento.
 - b) Certificado de Secundaria.
 - c) Certificado de Preparatoria.
 - d) Certificado Profesional: el cual se tramita en escolares con dos fotografías y una copia del recibo de pago del mismo.
 - e) Carta de Liberación del servicio social expedida por el departamento.
 - f) Revalidación: solo en caso de haber revalidado de otra Universidad.
- 4.- Comprobante de Biblioteca de la Donación de dos libros.
- 5.- Comprobante de Finanzas de:
 - a) No adeudo de colegiatura.
 - b) Copia del recibo de pago del examen profesional.
 - c) Copia del recibo del pago del trámite del título, Posterior a la acreditación del examen profesional.

NOTA: Trámite del Título 1 año.



RELACION DE LIBROS DE COMUNICACION DE LA
BIBLIOTECA DE LA UMAN

- 1.- Diálogos de la Comunicación.
Revista de la F.E.C.A.F.A.C.S.C. #17
- 2.- Diálogo de la Comunicación.
Revista de la F.E.C.A.C.S #18
- 3.- Diálogos de la Comunicación.
Revista de la F.E.C.A.C.S #19
- 4.- Diálogos de la Comunicación.
Revista de la F.E.C.A.C.S #20
- 5.- Diálogos de la Comunicación.
Revista de la F.E.C.A.C.S #21
- 6.- Diálogos de la Comunicación.
Revista de la F.E.C.A.C.S #22
- 7.- Comunicación y Cultura No. 9
Hector Schumucler.
- 8.- Tecnología y Comunicación.
Joseph Rota // Pablo Casares Arranguiz // Raúl Fuentes //
Fatima Fernández // Javier Esteinou // 1a. Edición.
Angel Sainz
- 9.- Taxonomía de conceptos de la Comunicación.
Reed H. Blanke // Edwin O. Haroldsen.
Ediciones Nuevo Mar. 1a. Edición.
- 10.- Ensayos de Comunicación.
Horario Guajardo. 1a. Edición.
- 11.- La lengua y los hablantes.
Raúl Avila.
Editorial Trillas. 1a. Edición.
- 12.- Comunicación Oral.
Mónica Rangel Hinojosa.
Editorial Trillas. 1a. Edición.
- 13.- Teoría de los medios masivos de Comunicación.
Erich Feldmann.
Editorial KAPELUSZ 1a. Edición.

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



- 14.- El proceso de la Comunicación.
David K. Berlo.
Editorial El Ateneo.
- 15.- Introducción al conocimiento y práctica de la radio.
María Cristina Ramo Gil.
Editorial DIANA 1a. Edición.
- 16.- La Comunicación Humana.
Carlos Fernández Collado // Gordon L. Dahnke.
Editorial McGraw Hill 1a. Edición.
- 17.- La Ciencia de la Comunicación humana.
Wilbur Schramm.
- 18.- Teoría de la Comunicación Social.
Horacio Guajardo.
Editorial Plata 2a. Edición.
- 19.- La Comunicación.
Saundra Hybles // Richard L. Weaver.
Logos Consorcio editorial 4a. Edición.
- 20.- Teorías de la Comunicación de masas.
Melvin L. DeFleur // Sandra J. Ball-Rokeach.
Editorial PAIDOS.
- 21.- Crítica de la información de masas.
Florence Toussaint.
Editorial Trillas 2a. Edición.
- 22.- Comunicación de masas.
Charles R. Wright.
Editorial PAIDOS.
- 23.- Nosotros y los demás
John Stewart // Gary D'Angelo
Editorial Continental.
- 24.- Comunicación Organizacional.
Gerald M. Goldhaber
Editorial DIANA 1a. Edición.
- 25.- La Comunicación en la enseñanza.
María Teresa Escudero Yerena
Editorial Trillas.

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



- 26.- La sintaxis de la imagen.
(Comunicación visual)
D.A. Dondis
Editorial Gustavo Gill 4a. Edición.
- 27.- Publicidad Comercial.
Dodothy Cohen.
Editorial DIANA
- 28.- Introducción a la publicidad.
Arthur Judson Brewster // H, H, Balmer //
Editorial C.E.C.S.A.
- 29.- La Opinión Pública.
Raúl Rivadeneira Prada.
Editorial Trillas.
- 30.- Relaciones Públicas.
Jorge Ríos Szalay 2a. Edición.
- 31.- Relaciones Públicas.
Raymond Simon
Editorial LIMUSA.
- 32.- Conducción y acción dinámica del grupo,
George M. Beal // Joe M. Bohlen // J. Neil Raudabaugh
Editorial KAPELUSK
- 33.- Grupos: teoría y experiencia
Rodney W. Napier // Matti K. Gershenfeld.
Editorial Trillas 2a. Edición.
- 34.- El lenguaje total.
Francisco Gutiérrez.
Editorial Humanitas.
- 35.- El reportero profesional.
Stanley Johnson // Julian Harriss
Editorial Trillas.
- 36.- Periodismo trascendente
Salvador Borrego E,
Editorial Trillas 16a. Edición.
- 37.- Principios y Problemas de la Publicidad.
Charles J. Dirksen // Arthur Kroeger.
Editorial C.E.C.S.A.

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



- 38.- El publicista.
Eulalio Ferrer
Editorial Trillas
- 39.- Ejercicio periodístico
Manuel Buendía
Editorial OCEANO 2a. Edición.
- 40.- Periodismo.
José Cardo Guarderas.
Editorial DIANA. 3a. Edición.
- 41.- Introducción al Periodismo,
F. Fraser Bond.
Editorial LIMUSA.
- 42.- Periodismo: Escritura y realidad.
Efrén Ortiz.
- 43.- Géneros periodísticos informativos.
Carl. N. Warren.
Editorial PRISMA.
- 44.- La radiodifusión en México.
Serafina LLano // Oscar Morales 1a. Edición.
- 45.- La Fotografía en sus manos.
Roy Green // P. Dupois.
- 46.- Hacia la primavera del espíritu nacional
Javier Esteinou Madrid. 1a. Edición.
- 47.- El zurco que traza el otro.
José Luis Perdomo.
CONEICC.
- 48.- Guía de investigación científica.
Mauricio Andión Gamboa // Walterio Beller Taboada // Heinz Dieterich.
- 49.- Teoría, Métodos y Técnicas en la investigación social.
Alfredo Tecla Jiménez // Alberto Garza R.
- 50.- Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales.
Felipe Pardinás. Siglo veintiuno editores
25a. Edición.

Universidad México Americana del Norte Guerrero esquina Plutarco Elías Calles, Col. Del Prado, Cd. Reynosa, Tamaulipas, Mexico.
Teléfonos: (Lada 91-892) 2-20-86, 2-20-02, Fax: 2-85-68

Validez oficial por el decreto 384 de Febrero 23 de 1983 Del H. Congreso del Estado registro ante la S.E.P. Según acuerdo 219 de Marzo 11 de 1983 de la Dirección General de Profesiones.



- 51.- Métodos de investigación.
Angeles Mendieta Alatorre.
- 52.- Manual de Técnicas de Investigación para la enseñanza
media.
Pedro Olea Franco // Francisco L. Sánchez.
- 53.- Manual de Técnicas de Investigación.
Ario Garza Mercado.
- 54.- Metodología de la Investigación.
Fca. H. de Canales // Eva Luz de Alvarado //
Elia Beatriz Pineda.
- 55.- El sistema de satélites morelos y la sociedad mexicana
Dr. Javier Esteinov Madrid.
- 56.- Saber hablar, poder hablar
Margarita Reyna // Carmén Díaz.
- 57.- Manual para la presentación de anteproyectos e informes
de investigación.
Corina Schmelkes.



INVESTIGACIONES REALIZADAS POR LOS ALUMNOS ...

LIT. HISPANOAMERICANA

- Los Aztecas
Epoca Precolombina.
Análisis s/ obras representativas del arte hispanoamericano.
Escuela Rubendariana.
Octavio Paz... Su obra.

LIT. CASTELLANA

- Análisis Literarios

Además de estas pequeñas investigaciones existen
2 tesis presentadas por alumnos cuyos títulos son:

- Función Social de la Televisión.
- El Comunicador y la Optimización de Recursos en las Organizaciones.



SECRETARIA
DE
EDUCACION PUBLICA

DEPENDENCIA DIRECCION GENERAL DE
PROFESIONES.

SECCION DPTO. DE INSTITUCIONES
MESA EDUCATIVAS.

NUMERO DE OFICIO
EXPEDIENTE 28 - 00064

ASUNTO: ACUERDO DE ADICION AL REGISTRO.

México, D.F., a 7 de septiembre de 1990.

Se aprueba el dictamen emitido con esta fecha, elaborado por el C. J. JAVIER FIGUEROA GARCIA, y confirmado por la C. PROFRA. MARTHA TIZCAREÑO PANDURA, Jefa del Departamento de Instituciones Educativas, en atención a que la Institución Educativa denominada UNIVERSIDAD MEXICO - AMERICANA, que funciona en Cd. Reynosa, Tamps., cumplió con los requisitos señalados por la legislación de la materia y cuenta con la autorización para impartir educación de tipo SUPERIOR, según documentación que obra en el expediente.

Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en los artículos 9º, inciso a); 22 fracción I y demás relativos del Reglamento de la Ley Reglamentaria del Artículo 5º Constitucional, relativo al ejercicio de las profesiones en el Distrito Federal; en los Convenios de Coordinación celebrados entre la Federación y las Entidades Federativas; y en el Artículo 7º del Decreto del 31 de diciembre de 1945, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 21 de enero de 1946

ACUERDA :

PRIMERO.- Proceder a inscribir en la Sección Primera del Libro IV---- de Instituciones Educativas, a fojas 324 el presente ACUERDO DE ADICION AL REGISTRO con los estudios de MAESTRIA EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION con especialidad en: a) FINANZAS, b) INFORMATICA, así como c) ADMINISTRACION GENERAL; toda vez que el pago de derechos ha quedado cubierto mediante recibo oficial No. A 6286851--- expedido a favor de la Tesorería de la Federación con fecha 10 DE SEPTIEMBRE DE 1990

Notifíquese el presente Acuerdo.
Así lo acuerda y firma:

"SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION"
EL DIRECTOR GENERAL

ENRIQUE SANCHEZ BRINGAS.

ESB. J.V.G. Mga*

AL CONTESTAR ESTE OFICIO, CITENSE LOS
DATOS CONTENIDOS EN EL CUADRO DEL
ANEXO SUPERIOR DERECHO



SECRETARIA
DE
EDUCACION PUBLICA

DEPENDENCIA DIRECCION GENERAL DE
PROFESIONES.

SECCION DPTO. DE INSTITUCIONES
MESA EDUCATIVAS.

NUMERO DE OFICIO
EXPEDIENTE 28 - 00064

ASUNTO: DICTAMEN DE ADICION AL REGISTRO.

DIRECTOR GENERAL DE PROFESIONES
P R E S E N T E :

Me permito informar a usted que en virtud de la
solicitud de ADICION AL REGISTRO
presentada por la Institución Educativa denominada
UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE
representada por el (la) C. LIC. EDITH CANTU DE LUNA
en su carácter de RECTORA
se ha integrado un expediente que consta de la siguiente



D O C U M E N T A C I O N :

S. E. P.
DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES
DEPARTAMENTO DE

- 1.- Acuerdo Gubernamental publicado en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Tamaulipas, de fecha 4 de abril de 1990, en el que se concede la autorización a la Casa de Estudios que nos ocupa, para impartir los estudios de MAESTRIA EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION con especialidad en: a) FINANZAS, b) INFORMATICA, así como c) ADMINISTRACION GENERAL. (Tomo I, fojas 283-288)
- 2.- Plan de estudios de las Maestrías antes mencionadas, debidamente protegido con el sello de la Dirección General de Educación y Cultura del Gobierno del Estado de Tamaulipas. (Tomo II, fojas 155-159)
- 3.- Reglamento de estudios de Postgrado de la Institución Educativa que nos ocupa, sellado por la Dependencia citada en el numeral que antecede, en el cual se contienen los requisitos de ingreso y requisitos para la obtención del grado académico de los estudios de referencia. (Tomo I, fojas 290-308)

AL CONTESTAR ESTE OFICIO, CITENSE LOS
EXEDIENTES CONTENIDOS EN EL CUADRO DEL
ANGULO SUPERIOR DERECHO

[Firma]



SECRETARIA
DE
EDUCACION PUBLICA

DEPENDENCIA DIRECCION GENERAL DE
PROFESIONES.

SECCION DPTO. DE INSTITUCIONES
MESA EDUCATIVAS.

NUMERO DE OFICIO
EXPEDIENTE 28 - 00064

ASUNTO: - 2 -

4.- SIN TEXTO. -----

5.- SIN TEXTO. -----

6.- SIN TEXTO. -----

Cumplidos los requisitos legales, procede formular los siguientes -----

CONSIDERANDOS:

- 1.- Que la Institución solicitante reúne los requisitos señalados en los numerales 52, 53 y 55 de la Ley Reglamentaria del Artículo 5º Constitucional y demás disposiciones legales relativas, comprendiendo requisitos de ingreso, de prestación de servicio social y de titulación.
- 2.- La Institución acredita convenientemente que SI podrá expedir GRADOS ACADEMICOS, según se establece en el Acuerdo Gubernamental publicado en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional de Tamaulipas. (Tom I, fojas 283-288) -----

AL CONTAR ESTE OFICIO, CITENSE LOS
DATOS CONTENIDOS EN EL CUADRO DEL
ANGULO SUPERIOR DERECHO

PROFESIONES



SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

DEPENDENCIA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES.

SECCION DPTO. DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS.

MESA NUMERO DE OFICIO EXPEDIENTE 28 - 00064

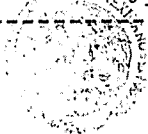
ASUNTO: - 3 -

Vistos los documentos que obran en el expediente y las anteriores consideraciones, con fundamento en la Ley Reglamentaria del Artículo 5º Constitucional en materia de profesiones, el suscrito se permite proponer a usted las siguientes -----

RESOLUCIONES:

PRIMERA.- Que se registre a nivel superior los estudios de MAESTRIA EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION con especialidad en: a) FINANZAS, b) INFORMATICA, así como c) ADMINISTRACION GENERAL, cuyo antecedente académico de ingreso consiste en presentar certificado de estudios profesionales de nivel licenciatura, copia de título profesional o carta de pasante. -----

SEGUNDA.- La resolución antes citada, se toma en atención a que la Casa de Estudios que nos ocupa, cumple con los requisitos exigidos por la Ley de la materia, según se describe en el presente dictamen. -----



DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

TERCERA.- El Plantel Educativo de referencia deberá informar anualmente a esta Dirección General cualquier modificación que se realice en sus planes y programas de estudio, conformación administrativa, así como estructura y fundamentación jurídica de la misma, de conformidad con lo dispuesto por los numerales 9º y 22 fracciones III, V y VI del Reglamento de la Ley Reglamentaria del Artículo 5º Constitucional, relativo al ejercicio de las profesiones en el Distrito Federal y 7º del Decreto de fecha 31 de diciembre de 1945, publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 21 de enero de 1946. -----

AL CONTESTAR ESTE OFICIO, CÍTESE LOS DATOS CONTENIDOS EN EL CUADRO DEL ANGULO SUPERIOR DERECHO

Handwritten signature/initials



SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

DEPENDENCIA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES.

SECCION DPTO. DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS.

MESA NUMERO DE OFICIO EXPEDIENTE 28 - 00064

ASUNTO: - 4 -

CUARTA.- Los certificados de estudio y GRADOS ACADEMICOS -- de la Institución que nos ocupa, deberán contener la denominación asentada en el plan de estudios vigente y la documentación presentada. Lo mismo se dispone para el caso de la incorporación de planes y programas de estudio.

QUINTA.- El precitado Planteo Educativo deberá cubrir el pago de derechos que por concepto de ADICION AL REGISTRO ----- dispone la Ley Federal de Derechos vigente, a efecto de quedar legalmente complementada esta resolución.

Visto lo expuesto en el presente dictamen, se somete a su superior consideración a efecto de que se proceda con la ADICION ----- de mérito y la elaboración del oficio correspondiente conteniendo el acuerdo que usted determine.

Vo. Bo. DE LA JEFA DEL DEPARTAMENTO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS



EL C. DICTAMINADOR

Handwritten signature of Martha Tizcareño Pandura

S. E. P. DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES DEPARTAMENTO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Handwritten signature of J. Javier Figueroa Garcia

PROFRA. MARTHA TIZCAREÑO PANDURA

J. JAVIER FIGUEROA GARCIA.

Con fundamento en los preceptos 9º, 18, 22, 26 y 29 del Reglamento de la Ley Reglamentaria del Artículo 5º Constitucional, relativo al ejercicio de las profesiones en el Distrito Federal, y

AL CONTESTAR ESTE OFICIO, CITENSE LOS DATOS CONTENIDOS EN EL CUADRO DEL ANGULO SUPERIOR DERECHO



SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

DEPENDENCIA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES.

SECCION DPTO. DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS.

MESA

NUMERO DE OFICIO

EXPEDIENTE 28 - 00064

ASUNTO: - 5 -

demás preceptos aplicables, así como en las constancias que obran en el expediente y en las consideraciones expuestas, se aprueba el DICTAMEN DE ADICION AL REGISTRO de la Institución Educativa denominada UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, misma que funciona en Cd. Reynosa, Tamps. elabórese el oficio de notificación y acuerdo de ADICION AL REGISTRO con los estudios de MAESTRIA EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION con especialidad en: a) FINANZAS, b) INFORMATICA, así como c) ADMINISTRACION GENERAL,

para ser entregado a la representación legal de la Institución citada. Así lo aprobó y firma:

México, D.F., a 7 de septiembre de 1990.

"SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION" EL DIRECTOR DE AUTORIZACION Y REGISTRO PROFESIONAL

LIC. JAVIER VENEGAS.



S. E. P. DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES DEPARTAMENTO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS

AL CONFIAR ESTE OFICIO, CÍTESE LOS RAZONES CONTENIDOS EN EL CUADRO DEL ANEXO SUPERIOR DEBECHO

JV. JUEG. Mga*



SECRETARIA
DE
EDUCACION PUBLICA

DEPENDENCIA

DIRECCION GENERAL
DE PROFESIONES.

SECCION

MESA

NUMERO DE OFICIO

EXPEDIENTE

DEPARTAMENTO DE REGISTRO
Y EXPEDICION DE CEDULAS.
28 - 00064

002010

ASUNTO Notificación de registro de enmienda.

México D.F., 5 de julio de 1985

C.LIC. EDITH CANTU DE LUNA
RECTORA DE LA UNIVERSIDAD
MEXICO AMERICANA DEL NORTE.
GUERRERO NO. 1317 Y FLUTARCO E. CALLES
COL. DEL PRADO.
CD. REYNOSA, TAMPS.
88560 MEXICO

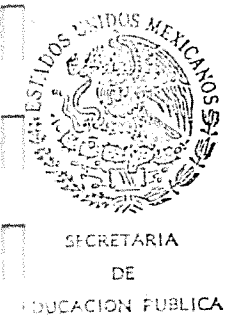
Se hace de su conocimiento que esta Dependencia ha resuelto favorablemente la solicitud de enmienda al registro original de esa institución a su digno cargo, en los términos del acuerdo del día 14 de junio del año en curso. Se anexa copia del acuerdo citado.

A T E N T A M E N T E
"SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION"
EL DIRECTOR GENERAL.

LIC. JOSE DAVALOS

c.c.p.- Profr. Alfonso Hernández Toledo.- Director General de la Unidad de Servicios Educativos a Descentralizar en el Estado de Tamaulipas.- Para su conocimiento.

JDA/ELD/JZM/par



DEPENDENCIA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES.
 SECCION DEPARTAMENTO DE REGISTRO Y EXPEDICION DE CEDULAS.
 MESA
 NUMERO DE OFICIO
 EXPEDIENTE 28 - 00064

ASUNTO: ACUERDO DE ENMIENDA.

Con fundamento en los numerales 25 fracción VI de la Ley Federal de Educación, 9o. inciso d) del Reglamento de la Ley Reglamentaria del Artículo 5o. Constitucional en el acuerdo publicado en el Periódico Oficial - del Estado de Tamaulipas, de fecha 22 de diciembre de 1984 y en virtud de que dicha institución fue inscrita en esta Dependencia el día 25 de marzo de 1983, se acuerda:

PRIMERO.- Se registran a nivel superior las carreras de INGENIERO - AGRICOLA, INGENIERO CIVIL, ARQUITECTURA, LICENCIADO EN COMUNICACION Y LICENCIADO EN DERECHO, y a nivel medio superior la carrera de ENFERMERIA GENERAL que no aparecen en el registro original.

SEGUNDO.- Que como antecedente académico de ingreso a las carreras mencionadas en el punto anterior, se requiere haber obtenido certificado de bachillerato para las carreras a nivel licenciatura y de secundaria para la carrera a nivel técnico.

TERCERO.- Hágense las anotaciones correspondientes en el Libro de Enmiendas de esta Dirección General, en la Sección Primera de Registro en el No. 219 del Libro 71-IV, correspondiente a la UNIVERSIDAD MEXICANA MERICANA DEL NORTE que funciona en Ciudad Reynosa, Tamps.

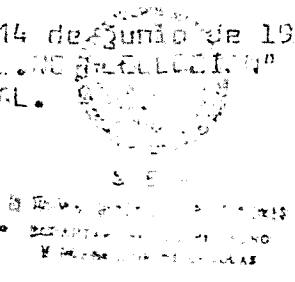
CUARTO.- Que dicha institución cubra la cantidad de \$ 4,900.00 (CUATRO MIL NOVECIENTOS PESOS 00/100 M.N.) que por concepto de derechos establece el artículo 185 fracción VII inciso b) de la Ley Federal de Derechos vigente.

QUINTO.- Hágase del conocimiento de la institución que deberá dar cumplimiento oportuno a lo establecido en los numerales 9o., 22 fracción I, III, V y VI del Reglamento invocado, así como en el 7o. del Decreto de 31 de diciembre de 1945.

SEXTO.- Notifíquese el presente acuerdo al interesado.

México, D. F., a 14 de Junio de 1985.
 "SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION"
 EL DIRECTOR GENERAL.

LIC. JOSE SANCHEZ
 (Handwritten signature)



30/11/85/321/rj.
 (Handwritten signature)

AL ENCARGADO DEL AREA DE REGISTRO DE LA SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
 DATOS CONTENIDOS EN EL CUADRO DEL ANGLICO SUPERIOR DERECHO



Exp de Lic

DEPENDENCIA

DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES.

SECCION MESA

DEPARTAMENTO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS.

NUMERO DEL OFICIO EXPEDIENTE

28 - 00064

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

ASUNTO: CONTINUACION DE LA HOJA No. 3 DEL ACUERDO DE MODIFICACION AL REGISTRO DE LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE.

como la de b) Licenciado en Computación por la de LICENCIADO EN SISTEMAS COMPUTACIONALES que imparte la UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, Institución que funciona en Cd. Reynosa, Tamps.

"SUFRAGIO EFECTIVO NO SUFRAGIO" EL DIRECTOR GENERAL DE PROFESIONES.



LIC. ANTONIO CUELLAR SALAS, S.E.P. DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES DEPARTAMENTO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS

En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 185 de la Ley Federal de Derechos vigente, el pago quedó cubierto bajo el amparo del Recibo No. 5936501, expedido a favor de la Tesorería de la Federación con fecha 11 de noviembre de 1988. Doy fe, Lic. José Mauricio Ondarreta Huerta, Jefe del Departamento de Instituciones Educativas.

Quedó inscrito el presente Acuerdo bajo el No. 68 del Libro III a fojas 68 de Instituciones Educativas, con fecha 11 de noviembre de 1988. Doy fe, Lic. José Mauricio Ondarreta Huerta, Jefe del Departamento de Instituciones Educativas.

ACS/SLRC/FOG/JMCH/rrj.

AL CONTESTAR ESTE OFICIO, CITENSE LOS DATOS CONTENIDOS EN EL CUADRO DEL ANGULO SUPERIOR DERECHO



SECRETARIA
DE
EDUCACION PUBLICA

DEPENDENCIA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES.

SECCION DEPARTAMENTO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS.
MESA
NUMERO DEL OFICIO 28 - 00064
EXPEDIENTE

ASUNTO: ACUERDO DE MODIFICACION A LA DENOMINACION DE LAS CARRERAS DE; a) LICENCIADO EN COMUNICACION por la de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION, ASI COMO LA DE b) LICENCIADO EN COMPUTACION por la de LICENCIADO EN SISTEMAS COMPUTACIONALES, QUE IMPARTE LA "UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE"

México, Distrito Federal a quince de julio de mil novecientos ochenta y ocho. - - - - -
VISTA la solicitud de MODIFICACION AL REGISTRO No. 219 del Libro 71-V de la Sección Primera de Registro correspondiente a la "UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE", que funciona en Cd. Reynosa, Tamps., presentada ante esta Dependencia por la Lic. Edith Cantú de Luna, en su carácter de Rectora de dicha Institución acompañando para tal efecto la siguiente

DOCUMENTACION :

S. E. P.
DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES
DEPARTAMENTO DE
INSTITUCIONES EDUCATIVAS

- 1.- Oficio sin número de fecha 7 de mayo del año en curso, -- signado por la Lic. Edith Cantú de Luna, Rectora de la Universidad que nos ocupa, en el que se contiene la solicitud de Modificación al nombre de las carreras de LICENCIADO EN COMUNICACION por el de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION, -- así como LICENCIADO EN COMPUTACION por el de LICENCIADO EN -- SISTEMAS COMPUTACIONALES. - - - - -
- 2.- Oficio No. 793 de fecha 10. de marzo de 1988, expedido -- por el Profr. Blas Uvalle González, Director General de Educación y Cultura en el Estado de Tamaulipas, en el que se contiene la autorización otorgada a la Institución de referencia, para modificar la denominación de la carrera de LICENCIADO EN COMUNICACION. - - - - -
- 3.- Oficio No. 0822 de fecha 22 de abril de 1988, expedido -- por el mismo funcionario apuntado en el numeral que antecede, conteniendo igualmente la autorización a la Modificación en -- la denominación de la carrera de LICENCIADO EN COMPUTACION.--
- 4.- Planes de estudio de las carreras de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION, así como el de LICENCIADO EN SISTEMAS COMPUTACIONALES.

AL CONTESTAR ESTE OFICIO, CITENSE LOS DATOS CONTENIDOS EN EL CUADRO DEL ANGULO SUPERIOR DERECHO.



SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

DEPENDENCIA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES.
SECCION DEPARTAMENTO DE INSTI TUCIONES EDUCATIVAS.
MESA
NUMERO DEL OFICIO 28 - 00064
EXPEDIENTE

ASUNTO: - 2 -

MAS COMPUTACIONALES, autenticados por el Profr. Miguel López-Anaya, Jefe del Departamento Técnico y por el Profr. José Santos Valdés Salazar, Subdirector de Asuntos Educativos, ambos de la Dirección General de Educación y Cultura del Gobierno del Estado de Tamaulipas.

En base a la documentación anteriormente mencionada



[Firma manuscrita]

CONSIDERANDO :

S. E. P. DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES DEPARTAMENTO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS

I.- Que por Acuerdo de fecha 11 de marzo de 1983, esta Dirección General otorgó el registro correspondiente a la "UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE", quedando registrada la carrera de Licenciado en Computación.

II.- Que por Acuerdo de Enmienda de fecha 14 de junio de 1985 esta Dirección General otorgó el registro a la carrera de Licenciado en Comunicación.

III.- Que mediante oficio sin número de fecha 7 de mayo del año en curso, la Lic. Edith Cantú de Luna, Rectora de la Universidad de referencia solicita la Modificación a la denominación de las dos carreras citadas en los numerales que anteceden.

IV.- Planes de estudio de las carreras de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION, así como el de LICENCIADO EN SISTEMAS COMPUTACIONALES, autenticados por el Profr. Miguel López-Anaya, Jefe del Departamento Técnico y por el Profr. José Santos Valdés Salazar, Subdirector de Asuntos Educativos, ambos funcionarios de la Dirección General de Educación y Cultura del Gobierno del Estado de Tamaulipas.

Con fundamento en los artículos 25 fracción VI de la Ley Federal de Educación, 10, 23 fracción X de la Ley Reglamentaria del Artículo 5o. Constitucional, relativo al Ejercicio de las Profesiones en el Distrito Federal, 22 fracción I, 26 y 33 de

LOS DATOS CONTENIDOS EN EL CUADRO DEL ANGULO SUPERIOR DERECHO.



SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

DEPENDENCIA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES.
SECCION DEPARTAMENTO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS.
MESA
NUMERO DEL OFICIO 28 - 00064
EXPEDIENTE

ASUNTO: - 3 -

su Reglamento, el suscrito Director General de Prof...

Stamp: ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, S. E. P., DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES, DEPARTAMENTO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS. Includes a signature.

ACUERDA :

PRIMERO.- Que se cambie la denominación de las carreras de -- a) Licenciado en Comunicación por la de LICENCIADO EN CIEN -- CIAS DE LA COMUNICACION, así como b) Licenciado en Computa -- ción por la de LICENCIADO EN SISTEMAS COMPUTACIONALES, cuyo -- antecedente académico de ingreso es el de haber obtenido cer -- tificado de bachillerato. - - - - -

SEGUNDO.- Que los títulos profesionales y certificados de es -- tudios de las carreras materia de este acuerdo, deberán ser -- expedidos conforme a los planes de estudio aprobados. - - - -

TERCERO.- Que la Institución de referencia deberá informar - anualmente a esta Dirección General cualquier modificación -- que se realice en sus planes y programas de estudio, conforma -- ción administrativa, así como estructura y fundamentación ju -- rídica de la misma, en atención a los numerales 9o., y 22 -- fracciones III, V y VI del Reglamento de la Ley Reglamentaria del Artículo 5o. Constitucional, relativo al Ejercicio de las Profesiones en el Distrito Federal y 7o. del Decreto del 31 - de diciembre de 1945, publicado en el Diario Oficial de la Fe -- deración el día 21 de enero de 1946. - - - - -

CUARTO.- Que la Universidad de referencia deberá cubrir el -- pago que por concepto de MODIFICACION AL REGISTRO, establece -- el artículo 185 fracción VIII, inciso b) de la Ley Federal de Derechos vigente. - - - - -

QUINTO.- En consecuencia, háganse las anotaciones respectivas en el No. 219 del Libro 71-V de la Sección Primera de Regis -- tro correspondiente a la Institución precitada.

SEXTO.- Notifíquese el presente ACUERDO DE MODIFICACION en la denominación de las carreras de: a) Licenciado en Comunica -- ción por la de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION, así

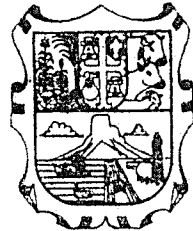
...

AL CONTESTAR ESTE OFICIO, CITENSE LOS DATOS CONTENIDOS EN EL CUADRO DEL ANGULO SUPERIOR DERECHO.



ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
 GOBIERNO FEDERAL
 SECRETARÍA DE JUSTICIA Y FALSA
 ED. REYNOSA, TAM.

PERIÓDICO OFICIAL



ORGANO DEL GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE TAMAULIPAS

Franquicia Postal No. 1-08-150/80,
 de fecha 24 de Junio de 1981.

Director, GERMAN GOMEZ GUTIERREZ.

Correspondencia de Segunda Clase.
 Registro D. G. C. No. 009 0921
 Características 113182816.

TOMO CVIII

Cd. Victoria, Tam., Miércoles 23 de Febrero de 1983.

NUM. 16.

SUMARIO

TOMO CVIII

Febrero 23 de 1983.

Núm. 16.

Gobierno Federal

PODER EJECUTIVO
 SECRETARIA DE LA REFORMA AGRARIA

SOLICITUD que para creación del Nuevo Centro de Población Ejidal denominado VOZ DEL CAMPESINO, formularon campesinos carentes de tierras que actualmente radican en el municipio de Valle Hermoso, Tamaulipas.—0362/206	1
SOLICITUD que para la creación del Nuevo Centro de Población denominado EL CULEBRON, formularon campesinos carentes de tierras que actualmente radican en el poblado Pedro J. Méndez, municipio de Valle Hermoso, Tamaulipas.—0361/205	2
SOLICITUD que para creación del Nuevo Centro de Población Ejidal denominado EL LIMON, formularon campesinos carentes de tierras que actualmente radican en la colonia Horacio Terán, municipio de San Fernando, Tamaulipas.—0350/208	3
SOLICITUD de expropiación de terrenos pertenecientes al poblado PRESA DE LA LAGUNA, municipio de Reynosa, Tamaulipas, en una superficie de 6-00-00 Has., para construir las instalaciones de diversas oficinas, talleres y terminal de la Sociedad Cooperativa de Transporte Urbano de Pasajeros Reynosa, S. C. L.—0446/978	3
SOLICITUD de expropiación formulada por la Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas, de una superficie de 8-33-00 y 4-73-35 Has., ubicadas en el ejido TANCOL, municipio de Tampico, Tamaulipas.—0447/459245	4
SOLICITUD de expropiación formulada por la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, de una superficie de 616-60-00 Has. de terrenos pertenecientes al ejido LAVADEROS, municipio de Soto la Marina, Tamaulipas.—0448/459764	4

Gobierno del Estado

PODER EJECUTIVO
 SECRETARIA GENERAL

DECRETO No. 383, por medio del cual el Estado Libre y Soberano de Tamaulipas, conforme al Artículo 34 de la Ley Federal de Educación, otorga reconocimiento de validez oficial a los estudios realizados y los que se realicen en las Escuelas auspiciadas por el Instituto Mantense de Estudios Profesionales, A. C.	5
--	---

GOBIERNO FEDERAL

PODER EJECUTIVO
 SECRETARIA DE LA REFORMA AGRARIA

SOLICITUD que para creación del Nuevo Centro de Población Ejidal denominado VOZ DEL CAMPESINO, formularon campesinos carentes de tierras que actualmente radican en el municipio de Valle Hermoso, Tamaulipas.

Al margen un sello que dice: "Estados Unidos Mexicanos.—Secretaría de la Reforma Agraria".

Vista la documentación relativa a la solicitud para la creación de un Nuevo Centro de Población Ejidal que de constituirse se denominará VOZ DEL CAMPESINO, del municipio de Valle Hermoso, Estado de Tamaulipas, que el C. Delegado de dicha Entidad Federativa remitió a la Subdirección de Nuevos Centros de Población Ejidal de la Dirección General de Procedimientos Agrarios, mediante oficio No. 3268, del 26 de mayo de 1982, en términos del Artículo 328 de la Ley Federal de Reforma Agraria, y una vez que la citada Subdirección ha procedido a la evaluación de la misma, de acuerdo a las facultades que le otorga la fracción VI del Artículo 20 del Reglamento Interior vigente, téngase por formulada la solicitud de referencia en los términos siguientes:

C. SECRETARIO DE LA REFORMA AGRARIA.—DELEGACION AGRARIA.—Los suscritos, radicados en Valle Hermoso, municipio del mismo nombre, Estado de Tamaulipas, por carecer en lo absoluto de terrenos propios, a usted atentamente solicitamos con fundamento en los Artículos 198, 200, 201, 202, 327 y demás relativos de la Ley Federal de Reforma Agraria, la creación de un Nuevo Centro de Población Ejidal, manifestando bajo protesta de decir verdad que somos campesinos y que nuestra ocupación habitual es el cultivo

DECRETO No. 384, por medio del cual se otorga reconocimiento de validez oficial por parte del Gobierno Libre y Soberano de Tamaulipas, conforme al Artículo 34 de la Ley Federal de Educación, a los estudios que se realicen en la Universidad México Americana del Norte, en la ciudad de Reynosa, Tamaulipas

ACUERDO GUBERNAMENTAL mediante el cual se concede al C. José César Leos Montoya, un Juego de Placas para prestar servicio público de alquiler (Sitio Estacionario), en Estación Santa Engracia, municipio de Hidalgo, Tamaulipas

ACUERDO GUBERNAMENTAL mediante el cual se concede al C. Jesús Salinas Alardín, un Juego de Placas para prestar servicio público de alquiler (Sitio Estacionario), en Estación Santa Engracia, municipio de Hidalgo, Tamaulipas

AVISOS JUDICIALES Y DE INTERES GENERAL

ARTICULO QUINTO.—Las Escuelas Preparatorias y de Estudios Superiores a que se refiere este Acuerdo, tendrán las siguientes atribuciones:

I.—Planear y programar la enseñanza en sus diferentes modalidades y actividades de investigación y difusión cultural, cumpliendo siempre las formalidades del Artículo 5o. de la Ley Federal de Educación.

II.—Expedir certificados de estudio, otorgar diplomas, títulos y grados de bachillerato y licenciatura.

III.—Establecer, con la aprobación del Ejecutivo, Centros de Estudios, investigación y difusión cultural en el Estado de Tamaulipas.

ARTICULO SEXTO.—El personal docente de las Escuelas a que se refiere el presente Acuerdo, deberá tener la formación académica, profesional y docente adecuadas, para impartir enseñanza en planteles de educación en Bachillerato y Superior según corresponda, apegándose a los lineamientos que señala la Secretaría de Educación Pública.

ARTICULO SEPTIMO.—Las Escuelas que se autorizan tendrán completa libertad administrativa y en lo académico cumplirán con los requisitos que exija la Secretaría de Educación Pública y el Gobierno del Estado, independientemente de los establecidos por la Ley Federal de Educación, la Ley para la Coordinación de Educación Superior y demás disposiciones legales.

ARTICULO OCTAVO.—El reconocimiento de validez oficial a las Escuelas a que se refiere el presente, incluye los estudios efectuados y los que se efectúen conforme a este Decreto.

ARTICULO NOVENO.—El Ejecutivo Estatal legalizará y autentificará los títulos legalmente expedidos por las Escuelas Preparatorias y de Estudios Superiores que se autorizan, auspiciadas por la Asociación Civil Instituto Mantense de Estudios Profesionales, así como los certificados de estudios otorgados por las propias Entidades.

ARTICULO DECIMO.—Los egresados de Escuelas y Facultades, deberán prestar su servicio social en los casos y términos de las disposiciones correspondientes.

ARTICULO DECIMO PRIMERO.—Las Escuelas que se autorizan exigirán a los alumnos de nuevo ingreso, en su caso, los certificados idóneos de estudios anteriores debidamente requisitados, siendo facultad exclusiva del Ejecutivo Estatal establecer las equivalencias de estudios de otras instituciones educativas, así como las revalidaciones correspondientes.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO.—La Asociación Civil Instituto Mantense de Estudios Profesionales, impulsará al máximo el otorgamiento de becas a los alumnos de escasos recursos económicos que demuestren su interés por estudiar, en la inteligencia de que su número no será menor del 5% en su población estudiantil.

ARTICULO DECIMO TERCERO.—Las Entidades autorizadas por este Decreto, estructurarán sus planes de estudio, de modo que permita al educando incorporarse a la vida económica y social y que el trabajador pueda estudiar, manteniéndose por completo un criterio ajeno a cualquier doctrina religiosa, y basado en los resultados del progreso científico luchando contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y prejuicios.

ARTICULO DECIMO CUARTO.—Las Entidades autorizadas por el presente, deberán registrar los nuevos estudios y carreras profesionales que impartan en la Secretaría de Educación Pública, conforme a esta disposición y sus modificaciones en su caso.

ARTICULO DECIMO QUINTO.—El servicio educativo que se imparta deberá ser de alto nivel académico.

ARTICULO DECIMO SEXTO.—Las Escuelas cuyo funcionamiento se reconoce deberán mencionar en la documenta-

ción que expidan y publicidad que hagan, la fecha y número de este Decreto.

T R A N S I T O R I O

ARTICULO UNICO.—El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Periódico Oficial del Estado.

SALON DE SESIONES DEL H. CONGRESO DEL ESTADO.—Cd. Victoria, Tam., a 25 de enero de 1983.—Diputado Presidente, PROFRA. AGUSTINA MORA CRUZ.—Diputado Secretario, PROFR. HOMERO OCHOA GUTIERREZ.—Diputado Secretario, PROFR. FILEMON SALAZAR JARAMILLO.—Rúbricas.

Por tanto, mando se imprima, publique, circule y se le dé el debido cumplimiento.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo, en Ciudad Victoria, capital del Estado de Tamaulipas, a los tres días del mes de febrero de mil novecientos ochenta y tres.—El Gobernador Constitucional del Estado, DR. EMILIO MARTINEZ MANAUTOU.—El Secretario General de Gobierno, LIC. JOSE BRUNO DEL RIO CRUZ.—Rúbricas.

-----oOo-----

DECRETO No. 384 por medio del cual se otorga reconocimiento de validez oficial por parte del Gobierno Libre y Soberano de Tamaulipas, conforme al Artículo 34 de la Ley Federal de Educación, a los estudios que se realicen en la Universidad México Americana del Norte, en la ciudad de Reynosa, Tam.

Al margen un sello que diga: "Estados Unidos Mexicanos.—Gobierno de Tamaulipas.—Poder Ejecutivo.—Secretaría General".

EL CIUDADANO DOCTOR EMILIO MARTINEZ MANAUTOU, Gobernador Constitucional del Estado Libre y Soberano de Tamaulipas, a sus habitantes hace saber:

Que el Honorable Congreso del Estado, se ha servido expedir el siguiente

D E C R E T O No. 384.

Por medio del cual se otorga reconocimiento de validez oficial por parte del Gobierno Libre y Soberano de Tamaulipas, conforme al Artículo 34 de la Ley Federal de Educación, a los estudios que se realicen en la Universidad México Americana del Norte, de Reynosa, Tam.

EL QUINCUAGESIMO PRIMER CONGRESO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE TAMAULIPAS, en nombre del Pueblo que representa y haciendo uso de las facultades que les concede el Artículo 58, fracciones I y XXXVIII de la Constitución Política local y,

CONSIDERANDO UNICO.—Que el Ejecutivo del Estado, envía la siguiente Iniciativa:

C O N S I D E R A N D O

PRIMERO.—Que el Artículo 3o. de la Constitución General de la República, que establece el contenido ideológico de la educación en México, consigna la posibilidad de que los particulares colaboren con el Estado en la función educativa.

SEGUNDO.—Que la Ley Federal de Educación, en su Artículo 34, concede a los gobiernos de los Estados la facultad de otorgar, negar o retirar el reconocimiento de validez oficial a los estudios que impartan las instituciones dentro de sus respectivas jurisdicciones.

TERCERO.—Que la Asociación Civil "Universidad México Americana del Norte", ha comprobado la existencia de los elementos necesarios para otorgarle reconocimiento de validez oficial a los estudios y carreras que imparten, tales como: Licenciado en Letras Españolas, Licenciado en Administración de Empresas, Contador Público Auditor, Médico Cirujano Dentista, Médico Veterinario Zootecnista, Licencia-

en Computación, Médico Cirujano Partero, Técnico en Comercio Exterior, así como Escuela Preparatoria; y,

Estimando justificado lo anterior, se expide

D E C R E T O No. 384.

ARTICULO PRIMERO.—Se otorga reconocimiento de validez oficial por parte del Gobierno Libre y Soberano de Tamaulipas, conforme al Artículo 34 de la Ley Federal de Educación, a los estudios que se realicen en la Universidad Mexico Americana del Norte, de Reynosa, Tamaulipas, auspiciados por la Asociación Civil de igual razón social y domicilio, en las carreras de Licenciado en Letras Españolas, Licenciado en Administración de Empresas, Contador Público Auditor, Médico Cirujano Dentista, Médico Veterinario Zootecnista, Licenciado en Computación, Médico Cirujano Partero, Técnico en Comercio Exterior, así como en la Escuela Preparatoria.

ARTICULO SEGUNDO.—Se autoriza a la UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, A. C., para que formule los reglamentos por los que deban regirse sus Facultades y Escuelas.

ARTICULO TERCERO.—Los funcionarios educativos que expidan documentación en las Escuelas y Facultades que se autorizan, deberán registrar su firma en la Secretaría General de Gobierno, así como el sello que utilizarán en toda la documentación. Si hubiera renovación de dichos funcionarios, lo comunicarán en breve término a la dependencia antes citada, proporcionando las firmas autorizadas y cancelando las anteriores.

ARTICULO CUARTO.—LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, A. C., tendrá las siguientes facultades:

I.—Planear y programar la enseñanza en sus diferentes modalidades y actividades de investigación y difusión cultural, cumpliendo siempre las formalidades del Artículo 56. de la Ley Federal de Educación.

II.—Expedir certificado de estudio, otorgar diplomas, títulos y grados de bachillerato y licenciatura.

III.—Establecer, con la aprobación del Ejecutivo, centros de estudio, investigación y difusión cultural en el Estado de Tamaulipas.

ARTICULO QUINTO.—El personal docente de las Escuelas y Facultades dependientes de la UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, A. C., de Reynosa, Tamaulipas, deberá tener la formación académica, profesional y docente adecuadas, para impartir enseñanza en planteles de educación media-superior y superior, apeándose a los lineamientos que señale la Secretaría de Educación Pública.

ARTICULO SEXTO.—LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, A. C., tendrá completa libertad administrativa, y en lo académico cumplirá con los requisitos de la Secretaría de Educación Pública, del Gobierno del Estado y con la Ley Federal de Educación, Ley para la Coordinación de la Educación Superior y demás disposiciones legales.

ARTICULO SEPTIMO.—El reconocimiento de validez oficial para LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, A. C., incluye los estudios efectuados y los que se efectúen, conforme a este Decreto y sus modificaciones, en su caso.

ARTICULO OCTAVO.—El Gobierno del Estado legalizará y autentificará los títulos expedidos por LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, A. C., conforme al Artículo 18 de la Ley para la Coordinación de la Educación Superior.

ARTICULO NOVENO.—Los egresados de LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, A. C., deberán prestar su servicio social en los casos y términos de las disposiciones correspondientes, como requisito previo para obtener el título profesional.

ARTICULO DECIMO.—LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, A. C., exigirá a los alumnos que deseen cursar sus estudios en la misma, los certificados de estudios superiores idóneos, debidamente requisitados, siendo facultad exclusiva del Estado, establecer las equivalencias de estudios con otras instituciones, así como las revalidaciones correspondientes.

Por otra parte, LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, A. C., no podrá incorporar escuela alguna sin la autorización del Ejecutivo Estatal.

ARTICULO DECIMO PRIMERO.—LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, impulsará al máximo el otorgamiento de becas a los alumnos de escasos recursos económicos, que demuestren su interés por estudiar, en la inteligencia de que su número nunca será menor al 5% de su población estudiantil.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO.—LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, conforme a los Artículos 60. y 80. de la Ley Federal de Educación, estructurará sus planes de estudio de modo que permitan al educando, en cualquier momento, incorporarse a la vida económica y social y que el trabajador pueda estudiar, manteniéndose por completo un criterio ajeno a cualquier doctrina religiosa y, basado en los resultados del progreso científico, luchando contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios.

ARTICULO DECIMO TERCERO.—LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, deberá registrar las carreras profesionales que imparta en la Secretaría de Educación Pública, según lo establecido en el Artículo 19 de la Ley para la Coordinación de Educación Superior.

ARTICULO DECIMO CUARTO.—El servicio educativo que imparte LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, deberá ser de alto nivel académico.

ARTICULO DECIMO QUINTO.—LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, deberá mencionar en la documentación que expida y en la publicidad que haga, la fecha y el número del presente Decreto.

T R A N S I T O R I O

ARTICULO UNICO.—El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Periódico Oficial del Estado.

SALON DE SESIONES DEL H. CONGRESO DEL ESTADO.—Cd. Victoria, Tam., a 25 de enero de 1983.—Diputado Presidente, PROFRA. AGUSTINA MORA CRUZ.—Diputado Secretario, PROFR. HOMERO OCHOA GUTIERREZ.—Diputado Secretario, PROFR. FILEMON SALAZAR JARAMILLO.—Rúbricas.

Por tanto, mando se imprima, publique, circule y se le dé el debido cumplimiento.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo, en Ciudad Victoria, capital del Estado de Tamaulipas, a los tres días del mes de febrero de mil novecientos ochenta y tres.—El Gobernador Constitucional del Estado, DR. EMILIO MARTINEZ MANAUTOU.—El Secretario General de Gobierno, LIC. JOSE BRUNO DEL RIO CRUZ.—Rúbricas.

—oO—

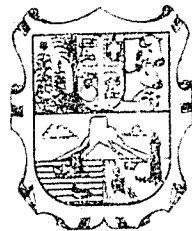
ACUERDO Gubernamental mediante el cual se concede al C. José César Leos Montoya, un Juego de Placas para prestar servicio público de alquiler (sitio estacionario) en Estación Santa Engracia, municipio de Hidalgo, Tamaulipas.

Al margen un sello que dice: "Estados Unidos Mexicanos.—Gobierno de Tamaulipas.—Poder Ejecutivo.—Secretaría General".

En Ciudad Victoria, Tamaulipas, a los veinticuatro días del mes de septiembre de mil novecientos ochenta y dos.



PERIODICO OFICIAL



ORGANO DEL GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE TAMAULIPAS

Francia Postal No. 1-08-150/80,
de fecha 24 de Junio de 1981.

Director, GERMAN GOMEZ GUTIERREZ

Correspondencia de Segunda Clase.
Registro D. G. C. No. 009 0921
Características 113182816.

TOMO CIX

Cd. Victoria, Tam., Sábado 22 de Diciembre de 1984.

NUM. 102

SUMARIO

TOMO CIX | Diciembre 22 de 1984. | Núm. 102

Gobierno Federal PODER EJECUTIVO SECRETARIA DE LA REFORMA AGRARIA

Págs.

ACUERDO de iniciación del Procedimiento de Nulidad de Fraccionamientos de Propiedades Afectables por Actos de Simulación, mismo que servirá para substanciar el expediente del Nuevo Centro de Población Ejidal promovido por el núcleo de población que de constituirse se denominará "12 DE OCTUBRE", del Municipio de Altamira, Tamaulipas.— 3092/3976

Gobierno del Estado PODER EJECUTIVO SECRETARIA GENERAL

DECRETO No. 111, por medio del cual se reforma el Artículo 47 de la Constitución Política del Estado
DECRETO No. 123, expedido por el H. Congreso del Estado, por medio del cual se autoriza al Ejecutivo del Estado para que enajene a título gratuito, a favor de la Secretaría de Educación Pública, un inmueble propiedad de la Hacienda Pública Estatal, ubicado en la calle Nuevo León, de Cruillas, Tamaulipas, formado por una superficie de 882.00 M2, para que en él se construya un Jardín de Niños.

ACUERDO GUBERNAMENTAL por medio del cual se otorga autorización a la Universidad México-Americana del Norte para el establecimiento de las carreras de Licenciado en Comunicación, Ingeniero Civil, Licenciado en Derecho y Enfermería.

ACUERDO GUBERNAMENTAL por medio del cual se otorga autorización a la Universidad México-Americana del Norte para el establecimiento de las carreras de Arquitectura e Ingeniero Agrónomo.

ACUERDO GUBERNAMENTAL mediante el cual se deja sin efecto la Adscripción del C. Lic. Leopoldo E. Fernández Garay a la Notaría Pública No. 32, a cargo del C. Lic. Roberto Sergio Cedillo Rodríguez, con ejercicio en el Quinto Distrito Judicial del Estado y residencia en la H. Ciudad de Matamoros, Tam.

ACUERDO GUBERNAMENTAL por el cual se faculta al C. Juez Mixto de Primera Instancia de San Carlos, Tam., para que en funciones de Notario Público protocolice la resolución dictada sobre el Juicio Ordinario Civil Declarativo de Propiedad promovido por el C. José Cruz Terán.

GOBIERNO FEDERAL

PODER EJECUTIVO

SECRETARIA DE LA REFORMA AGRARIA

ACUERDO de iniciación del Procedimiento de Nulidad de Fraccionamientos de Propiedades Afectables por Actos de Simulación, mismo que servirá para substanciar el expediente del Nuevo Centro de Población Ejidal promovido por el núcleo de población que de constituirse se denominará "12 DE OCTUBRE", del Municipio de Altamira, Tamaulipas.

Al margen un sello que dice: "Estados Unidos Mexicanos.—Secretaría de la Reforma Agraria".

México, D. F., a 1 de Agosto de 1984.

C. LIC. RAUL ROCHA LERMA
DELEGADO AGRARIO EN EL ESTADO DE TAMAULIPAS.
TAMPICO, TAM.

VISTO para instaurar el procedimiento de nulidad de fraccionamientos de propiedades afectables por actos de simulación, previsto en los Artículos del 399 al 405 de la Ley Federal de Reforma Agraria, mismo que servirá para substanciar el expediente de Nuevo Centro de Población Ejidal, promovido por el núcleo de población que de constituirse se denominará "12 DE OCTUBRE", del Municipio de Altamira, Estado de Tamaulipas; y

RESULTANDO PRIMERO.—La Secretaría de la Reforma Agraria, ha tenido conocimiento a través de la denuncia formulada por el núcleo de población que de constituirse se denominará "12 DE OCTUBRE", del Municipio de Altamira, Estado de Tamaulipas, el cual promueve la acción agraria de Nuevo Centro de Población Ejidal, que los predios rústicos denominados: "EL JALISCO", propiedad de Carlos Hum-

COMISION AGRARIA MIXTA

RESOLUCION sobre privación de derechos agrarios y nuevas adjudicaciones de unidades de dotación, dictada por la Comisión Agraria Mixta en el expediente del poblado LA VOLANTA, municipio de Hidalgo, Tamaulipas.

RESOLUCION sobre privación de derechos agrarios y nuevas adjudicaciones de unidades de dotación, dictada por la Comisión Agraria Mixta en el expediente del poblado RANCHO GRANDE, municipio de Reynosa, Tamaulipas.

RESOLUCION sobre privación de derechos agrarios y nuevas adjudicaciones de unidades de dotación, dictada por la Comisión Agraria Mixta en el expediente del poblado "CUES DE PALMAS ALTAS", municipio de Altamira, Tamaulipas.

AVISOS JUDICIALES Y DE INTERES GENERAL

en 21.00 Mts., con la calle Nuevo León; al Este, en 42.00 Mts., con Pedro Pérez, y al Oeste, en 42.00 Mts., con Pedro Mora, para que en él se construya un Jardín de Niños.

ARTICULO SEGUNDO.—Si llegare a variar el destino del inmueble que se dona a favor de la Secretaría de Educación Pública, el mismo revertirá al Patrimonio Estatal.

ARTICULO TERCERO.—Se faculta al Ejecutivo del Estado para que expida título de propiedad del inmueble descrito en el Artículo Primero, a favor de la Secretaría de Educación Pública.

T R A N S I T O R I O

UNICO.—El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente al de su publicación en el Periódico Oficial del Estado.

SALON DE SESIONES DEL H. CONGRESO DEL ESTADO.

Cd. Victoria, Tam., a 21 de noviembre de 1984.—Diputado Presidente, AGUSTIN LOA SANCHEZ.—Diputado Secretario, NATALIA LABASTIDA GARCIA.—Diputado Secretario, FRANCISCO JOAQUIN GARCIA LOZANO.—Rúbricas.

Por tanto, mando se imprima, publique, circule y se le dé el debido cumplimiento.

Dado en el Palacio del Poder Ejecutivo, en Ciudad Victoria, capital del Estado de Tamaulipas, a los tres días del mes de diciembre de mil novecientos ochenta y cuatro.—DR. EMILIO MARTINEZ MANAUTOU.—El Secretario General de Gobierno, LIC. JOAQUIN CONTRERAS CANTU.—Rúbricas.

-----oOo-----

ACUERDO GUBERNAMENTAL por medio del cual se otorga autorización a la Universidad México-Americana del Norte para el establecimiento de las carreras de Licenciado en Comunicación, Ingeniero Civil, Licenciado en Derecho y Enfermería.

Al margen un sello que dice: "Estados Unidos Mexicanos.—Gobierno de Tamaulipas.—Poder Ejecutivo.—Secretaría General".

En Ciudad Victoria, Tamaulipas, a los tres días del mes de septiembre de mil novecientos ochenta y cuatro.

VISTA para resolver la solicitud formulada por la Universidad México-Americana del Norte, de Ciudad Reynosa, Tamaulipas, mediante la cual solicita autorización por parte del Gobierno del Estado para el establecimiento de las carreras de Licenciado en Comunicación, Ingeniero Civil, Licenciado en Derecho y Enfermería; y

C O N S I D E R A N D O

PRIMERO.—Que mediante oficio de fecha 2 de abril del año en curso, signado por la C. Lic. Edith Cantú de Luna, Rectora de la Universidad México-Americana del Norte, institución que tiene reconocimiento de validez oficial por parte del Gobierno del Estado, mediante Decreto número 364 publicado en el Periódico Oficial del Estado con fecha 23 de febrero de 1983, y con domicilio en Matamoros y J. B. Chapa número 820, de Ciudad Reynosa, Tamaulipas, solicitó autorización para el establecimiento de las carreras de Arquitectura, Licenciado en Comunicación, Ingeniería Civil, Ingeniero Agrónomo, Licenciado en Derecho y Enfermería.

SEGUNDO.—Que es preocupación constante del Gobierno del Estado promover el desarrollo de los Centros de Educación Superior existentes en el Estado, a efecto de que la juventud estudiosa tenga más oportunidades en nuestro territorio para recibir una educación profesional adecuada y suficiente para que en el futuro resulten ciudadanos útiles al país y al Estado.

TERCERO.—Que el Artículo 3o. de la Constitución Política Mexicana, en su fracción II, establece que "Los parti-

culares podrán impartir educación en todos sus tipos y grados, previa autorización expresa del Poder Público".

CUARTO.—Que mediante oficio número 393, deducido del expediente 6.1/10, de fecha 30 de mayo de 1984, la Dirección General de Asuntos Culturales del Gobierno del Estado, emitió opinión favorable para otorgar autorización a la Universidad México-Americana del Norte, de Ciudad Reynosa, Tamaulipas, para el establecimiento de las carreras de Licenciado en Comunicación, Ingeniero Civil, Licenciado en Derecho y Enfermería.

QUINTO.—Que el Gobierno del Estado cuenta con la facultad de otorgar este tipo de autorizaciones, según lo establecen los Artículos 91, fracciones I y XXXIV, de la Constitución Política local, 3o. de la Constitución General de la República, 34 y 35 de la Ley Federal de Educación, por lo que es de resolverse y se

R E S U E L V E :

ARTICULO PRIMERO.—El Gobierno del Estado Libre y Soberano de Tamaulipas otorga autorización a la Universidad México-Americana del Norte, de Ciudad Reynosa, Tamaulipas, para el establecimiento de las carreras de Licenciado en Comunicación, Ingeniero Civil, Licenciado en Derecho y Enfermería, de conformidad con los planes y programas de estudio elaborados por la propia institución.

ARTICULO SEGUNDO.—La Universidad México-Americana del Norte, deberá registrar las carreras que por medio de este Acuerdo se autorizan en la Dirección General de Profesiones de la Secretaría de Educación Pública, en cumplimiento a lo dispuesto por el Artículo 19 de la Ley para la Coordinación de la Educación Superior.

ARTICULO TERCERO.—Notifíquese el presente Acuerdo a los interesados, y previo pago de los derechos correspondientes, publíquese en el Periódico Oficial del Estado para que surta sus efectos legales.

ASI y por acuerdo del ciudadano doctor Emilio Martínez Manautou, Gobernador Constitucional del Estado, lo acordó y firma el ciudadano licenciado José Bruno del Río Cruz, Secretario General de Gobierno, a los tres días del mes de septiembre de mil novecientos ochenta y cuatro.

A t e n t a m e n t e .

SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION.

El Secretario General de Gobierno, LIC. JOSE BRUNO DEL RIO C.—Rúbrica.

-----oOo-----

ACUERDO GUBERNAMENTAL por medio del cual se otorga autorización a la Universidad México-Americana del Norte para el establecimiento de las carreras de Arquitectura e Ingeniero Agrónomo.

Al margen un sello que dice: "Estados Unidos Mexicanos.—Gobierno de Tamaulipas.—Poder Ejecutivo.—Secretaría General".

En Ciudad Victoria, Tamaulipas, a los quince días del mes de agosto de mil novecientos ochenta y cuatro.

VISTA para resolver la solicitud formulada por la Universidad México-Americana del Norte, de Ciudad Reynosa, Tamaulipas, mediante la cual solicita autorización por parte del Gobierno del Estado para el establecimiento de las carreras de Arquitectura, Licenciado en Comunicación, Ingeniero Civil, Ingeniero Agrónomo, Licenciado en Derecho y Enfermería; y

C O N S I D E R A N D O

PRIMERO.—Que mediante oficio de fecha 2 de abril del año en curso, signado por la C. Lic. Edith Cantú de Luna, Rectora de la Universidad México-Americana del Norte, institución que tiene reconocimiento de validez oficial por parte del Gobierno del Estado, mediante Decreto número

publicado en el Periódico Oficial del Estado con fecha 23 de febrero de 1983, y con domicilio en Matamoros J. D. Chapa número 820, de Ciudad Reynosa, Tamaulipas, solicitó autorización para el establecimiento de las carreras de Arquitectura, Licenciado en Comunicación, Ingeniería Civil, Ingeniero Agrónomo, Licenciado en Derecho y Enfermería.

SEGUNDO.—Que es preocupación constante del Gobierno del Estado promover el desarrollo de los Centros de Educación Superior existentes en el Estado, a efecto de que la juventud estudiosa tenga más oportunidades en nuestro territorio para recibir una educación profesional adecuada y suficiente para que en el futuro resulten ciudadanos útiles al País y al Estado.

TERCERO.—Que el Artículo 3o. de la Constitución Política Mexicana, en su fracción II, establece que "Los particulares podrán impartir educación en todos sus tipos y grados, previa autorización expresa del Poder Público".

CUARTO.—Que mediante oficio número 393, deducido del expediente 6.1/10, de fecha 30 de mayo de 1984, la Dirección General de Asuntos Culturales del Gobierno del Estado emitió opinión favorable para otorgar autorización a la Universidad México-Americana del Norte, de Ciudad Reynosa, Tamaulipas, para el establecimiento de las carreras de Arquitectura e Ingeniero Agrónomo.

QUINTO.—Que el Gobierno del Estado cuenta con la facultad de otorgar este tipo de autorizaciones, según lo establecen los Artículos 91, fracciones I y XXXIV, de la Constitución Política local, 3o. de la Constitución General de la República, 34 y 35 de la Ley Federal de Educación, por lo que es de resolverse y se

R E S U E L V E :

ARTICULO PRIMERO.—El Gobierno del Estado Libre y Soberano de Tamaulipas otorga autorización a la Universidad México-Americana del Norte, de Ciudad Reynosa, para el establecimiento de las carreras de Arquitectura e Ingeniero Agrónomo, de conformidad con los planes y programas de estudio elaborados por la propia Institución.

ARTICULO SEGUNDO.—La Universidad México-Americana del Norte deberá registrar las carreras que por medio de este Acuerdo se autorizan, en la Dirección General de Profesiones de la Secretaría de Educación Pública, en cumplimiento a lo dispuesto por el Artículo 19 de la Ley para la Coordinación de la Educación Superior.

ARTICULO TERCERO.—Notifíquese el presente Acuerdo a los interesados y previo pago de los derechos correspondientes publíquese en el Periódico Oficial del Estado para que surta sus efectos legales.

ASI y por acuerdo del ciudadano doctor Emilio Martínez Manautou, Gobernador Constitucional del Estado, lo acordó y firmó el ciudadano licenciado José Bruno del Río Cruz, Secretario General de Gobierno, a los quince días del mes de agosto de mil novecientos ochenta y cuatro.

A t e n t a m e n t e .

SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION.

El Secretario General de Gobierno, LIC. JOSE BRUNO DEL RIO CRUZ.—Rúbrica.

-----oOo-----

ACUERDO GUBERNAMENTAL mediante el cual se deja sin efecto la Adscripción del C. Lic. Leopoldo E. Fernández Garay a la Notaría Pública No. 32, a cargo del C. Lic. Roberto Sergio Cedillo Rodríguez, con ejercicio en el Quinto Distrito Judicial del Estado y residencia en la H. Ciudad de Matamoros, Tamaulipas.

Al margen un sello que dice: "Estados Unidos Mexicanos.—Gobierno de Tamaulipas.—Poder Ejecutivo.—Secretaría General".

En Ciudad Victoria, Tamaulipas, a los veintidos días del mes de noviembre de mil novecientos ochenta y cuatro.

VISTO para resolver sobre la Renuncia que como Adscrito a la Notaría Pública No. 32 presenta el C. Lic. Leopoldo E. Fernández Garay; y

C O N S I D E R A N D O

PRIMERO.—Que por Acuerdo Gubernamental de fecha 14 de septiembre de 1970, se designó al C. Lic. Leopoldo E. Fernández Garay Adscrito a la Notaría Pública No. 32, en ejercicio en el Quinto Distrito Judicial del Estado y residencia en la H. Ciudad de Matamoros, Tamaulipas, cuyo titular es el C. Lic. Roberto Sergio Cedillo Rodríguez.

SEGUNDO.—Que por escrito de fecha 25 de septiembre del año en curso, el C. Lic. Leopoldo E. Fernández Garay, Renuncia a la Adscripción de la Notaría Pública No. 32 por así convenir a sus intereses.

Siendo procedente la solicitud del interesado de conformidad con los Artículos 1o., 21 y 29 de la Ley del Notariado en vigor, se resuelve:

PRIMERO.—Se deja sin efecto la Adscripción del C. Lic. Leopoldo E. Fernández Garay a la Notaría Pública No. 32, en ejercicio en el Quinto Distrito Judicial del Estado y residencia en la H. Ciudad de Matamoros, Tamaulipas, cuyo titular es el C. Lic. Roberto Sergio Cedillo Rodríguez.

Notifíquese el presente Acuerdo al C. Director del Registro Público de la Propiedad y Archivo General de Notarías, a los CC. licenciados Leopoldo E. Fernández Garay y Roberto Sergio Cedillo Rodríguez, y publíquese en el Periódico Oficial del Estado.

ASI lo acordó y firma el ciudadano licenciado Joaquín Contreras Cantú, Secretario General de Gobierno, en los términos de los Artículos 10 y 21, fracción XI, de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado.—El Secretario General de Gobierno, LIC. JOAQUIN CONTRERAS CANTU.—Rúbrica.

-----oOo-----

ACUERDO GUBERNAMENTAL por el cual se faculta al C. Juez Mixto de Primera Instancia de San Carlos, Tam., para que en funciones de Notario Público protocolice la resolución dictada sobre el Juicio Ordinario Civil Declarativo de Propiedad promovido por el C. José Cruz Terán.

Al margen un sello que dice: "Estados Unidos Mexicanos.—Gobierno de Tamaulipas.—Poder Ejecutivo.—Secretaría General".

Cd. Victoria, Tam., a 5 de diciembre de 1984.

C. LIC. ALEJANDRO DE LEON LARA.
Juez de Primera Instancia Mixto.
San Carlos, Tamaulipas.

Por acuerdo del C. Gobernador Constitucional del Estado, de conformidad con lo dispuesto por el Artículo 36 de la Ley del Notariado en vigor, y con base en el estudio realizado por la Dirección General de Asuntos Jurídicos de la Secretaría General de Gobierno, se faculta a usted para que en funciones de Notario Público protocolice la resolución de fecha dieciséis de noviembre del año en curso, dictada dentro del expediente No. 17/983, relativo al Juicio Ordinario Civil Declarativo de Propiedad, promovido por el señor JOSE CRUZ TERAN en contra del señor ESTEBAN RAZO GOMEZ.

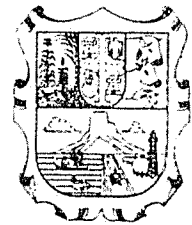
A t e n t a m e n t e .

SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION.

El Secretario General de Gobierno, LIC. JOAQUIN CONTRERAS CANTU.—Rúbrica.



PERIODICO OFICIAL



ORGANO DEL GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE TAMAULIPAS

Periferia Postal No. 1-08-150/80,
de fecha 24 de Junio de 1981.

Director, GERMAN GOMEZ GUTIERREZ

Correspondencia de Segunda Clase.
Registro D. G. C. No. 009 0921
Características 113182816.

TOMO CXIV

Ciudad Victoria, Tam., Sábado 25 de Marzo de 1989

NUM. 24

GOBIERNO FEDERAL PODER EJECUTIVO

SECRETARIA DE LA REFORMA AGRARIA

DECRETO expropiatorio que afecta tierras del Núcleo Agrario "EL LIMON", Municipio de El Mante, Tam.

Al margen un sello que dice: "Estados Unidos Mexicanos.—Secretaría de la Reforma Agraria".

MIGUEL DE LA MADRID HURTADO, PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, en uso de las facultades que me confieren los Artículos 27 de la Constitución General de la República; 8o., 121 y 345 de la Ley Federal de Reforma Agraria; y

RESULTANDO PRIMERO.—Por oficio número 23294 de fecha 8 de diciembre de 1977, el Instituto Mexicano del Seguro Social solicitó a la Secretaría de la Reforma Agraria la expropiación de 0-30-00 Has. de terrenos ejidales del poblado denominado "EL LIMON", Municipio de El Man-

te, del Estado de Tamaulipas, para destinarlos a la construcción de una clínica; conforme a lo establecido en el Artículo 343 de la Ley Federal de Reforma Agraria, fundando su petición en la causa de utilidad pública prevista en el Artículo 112 fracción I. del mismo ordenamiento y se comprometió a pagar la indemnización correspondiente conforme a la Ley. La solicitud de referencia, por reunir los requisitos legales, se remitió y quedó registrada en la Dirección General de Tierras y Aguas, hoy Dirección de Tierras y Aguas, de la Dirección General de Procedimientos Agrarios de la Secretaría de la Reforma Agraria y se inició el procedimiento relativo. Esa Secretaría, en cumplimiento a lo dispuesto por el Artículo 344 de la Ley de la materia, ordenó la notificación al Comisariado Ejidal del núcleo afectado, acto que se llevó a cabo por oficio número 465746 de fecha 4 de septiembre de 1984 y publicaciones de la solicitud en el Diario Oficial de la Federación del 29 de agosto de 1980 y en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Tamaulipas, el 8 de octubre de 1980. Que en el expediente relativo aparecen constancias de las solicitudes de opinión a que se refiere el Artículo en cita y se advierte que el Gobernador del Estado, la Comisión Agraria Mixta y el Banco Nacional de Crédito Rural, S. N. C., manifestaron que es procedente la expropiación de los terrenos ejidales de que se trata; asimismo, constan para verificar los datos de la solicitud la ejecución de los trabajos técnicos e informativos de los que se obtuvo una superficie real por expropiar de 0-25-11.92 Has. de temporal de uso colectivo.

SUMARIO

TOMO CXIV | Marzo 25 de 1989 | Núm. 24

Gobierno Federal

PODER EJECUTIVO

SECRETARIA DE LA REFORMA AGRARIA

DECRETO expropiatorio que afecta tierras del Núcleo Agrario "EL LIMON", Municipio de El Mante, Tam. —2896/ 1

Gobierno del Estado

PODER EJECUTIVO

SECRETARIA GENERAL

DECRETO No. 220, expedido por el Honorable Congreso del Estado, mediante el cual se elige la Mesa Directiva para dirigir esta Asamblea durante el mes de marzo de 1989 3

ACUERDO GUBERNAMENTAL mediante el cual se concede autorización a la Universidad México Americana del Norte de Ciudad Reynosa, Tamaulipas, para que establezca la carrera de Ingeniero Industrial y de Sistemas 3

AVISOS JUDICIALES Y DE INTERES GENERAL

RESULTANDO SEGUNDO.—Terminados los trabajos mencionados en el Resultando anterior y analizadas las constancias existentes en el expediente de que se trata, se verificó que: Por Resolución Presidencial de fecha 22 de febrero de 1939, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de junio de 1939 y ejecutada el 2 de marzo de 1939, se concedió por concepto de dotación de tierras al poblado denominado "EL LIMON", Municipio de El Mante, del Estado de Tamaulipas, una superficie total de 578-00-00 Has. para beneficiar a 68 capacitados en materia agraria.

Que la Comisión de Avalúos de Bienes Nacionales, determinó el monto de la expropiación mediante avalúo que consideró el valor comercial y demás elementos que prescribe el Artículo 121 de la Ley Federal de Reforma Agraria y asignó como valor unitario el de \$ 2'000,000.00 por hectárea para los terrenos de temporal, por lo que el monto

Financiera, S. N. C., o en la institución nacional de crédito que ella determine, a fin de que, el Fideicomiso Fondo Nacional de Fomento Ejidal aplique esos recursos en los términos del Artículo 125 de la Ley Federal de Reforma Agraria; asimismo, el Fideicomiso mencionado cuidará el exacto cumplimiento del Artículo 126 de la Ley citada y en su caso, demandará la reversión de la totalidad o de la parte de los bienes que no hayan sido destinados a los fines para los cuales fueron expropiados, sin que proceda la devolución de las sumas o bienes que el núcleo afectado haya recibido por concepto de indemnización. Obtenida la reversión, el Fideicomiso Fondo Nacional de Fomento Ejidal ejercitará las acciones legales para que opere la incorporación de dichos bienes a su patrimonio y el destino que le señala el Artículo 26 así como las demás disposiciones aplicables de la Ley Federal de Reforma Agraria. Asimismo, el Instituto Mexicano del Seguro Social deberá de cubrir en efectivo la cantidad de \$ 648,750.00 (SEISCIENTOS CUARENTA Y OCHO MIL SETECIENTOS CINCUENTA PESOS 00/100 M. N.), como indemnización por concepto de los bienes distintos a la tierra y que deberá de entregarse al comité encargado de administrar la parcela escolar.

TERCERO.—La indemnización correspondiente, conforme al mandato del Artículo 123 párrafo segundo de la Ley Federal de Reforma Agraria, se destinará a cumplir los fines de complementación del ejido y de su desarrollo agropecuario, por ser esta una expropiación parcial que afecta al ejido "EL LIMON", 0-25-11.92 Has. (VEINTICINCO AREAS, ONCE CENTIAREAS, NOVENTA Y DOS DECIMETROS CUADRADOS) de uso colectivo.

CUARTO.—Publíquese en el Diario Oficial de la Federación y en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Tamaulipas e inscribáse el presente Decreto por el que se expropián terrenos del ejido "EL LIMON", Municipio de El Mante, de esa Entidad Federativa, en el Registro Agrario Nacional y en el Registro Público de la Propiedad correspondiente, para los efectos de Ley; notifíquese y ejecútase.

DADO en el Palacio del Poder Ejecutivo de la Unión, en México, Distrito Federal, a los veintidos días del mes de junio de mil novecientos ochenta y siete.—El Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, MIGUEL DE LA MADRID H.—Rúbrica.—Cúmplase: El Secretario de la Reforma Agraria, RAFAEL RODRIGUEZ BARRERA.—Rúbrica.—El Secretario de Desarrollo Urbano y Ecología, VICTOR MANUEL CAMACHO SOLIS.—Rúbrica.

GOBIERNO DEL ESTADO

PODER EJECUTIVO SECRETARIA GENERAL

DECRETO No. 220, expedido por el Honorable Congreso del Estado, mediante el cual se elige la Mesa Directiva para dirigir esta Asamblea durante el mes de marzo de 1989.

Al margen un sello que dice: "Estados Unidos Mexicanos.—Gobierno de Tamaulipas.—Poder Ejecutivo.—Secretaría General".

AMERICO VILLARREAL GUERRA, Gobernador Constitucional del Estado Libre y Soberano de Tamaulipas, a sus habitantes hace saber:

Que el Honorable Congreso del Estado, se ha servido expedir el siguiente Decreto:

"Al margen un sello que dice: Estados Unidos Mexicanos.—Gobierno de Tamaulipas.—Poder Legislativo.

LA QUINCAGESIMA TERCERA LEGISLATURA DEL CONGRESO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE TAMAULIPAS, en uso de las facultades que le concede el Artículo 58 fracción I de la Constitución Política local, tiene a bien expedir el siguiente

DECRETO No. 220

ARTICULO UNICO.—La Mesa Directiva electa para dirigir esta Asamblea durante el mes de marzo se integra de la siguiente manera:

Diputado Presidente: Raúl García Lara.
Diputado Secretario: César Joch González.
Diputado Secretario: Amando Barrera García.
Diputado Suplente: José Terán Berrones.

TRANSITORIO

UNICO.—Este Decreto inicia su vigencia a partir del primero de marzo de 1989.

SALON DE SESIONES DEL H. CONGRESO DEL ESTADO.—Cd. Victoria, Tam, a 28 de febrero de 1989.—Diputado Presidente, MARIO SANTOS SIFUENTES.—Rúbrica.—Diputado Secretario, CESAR JOCH GONZALEZ.—Rúbrica.—Diputado Secretario, AMANDO BARRERA GARCIA.—Rúbrica".

Por tanto, mando se imprima, publique, circule y se le dé el debido cumplimiento.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo, en Ciudad Victoria, Tamaulipas, a los siete días del mes de marzo de mil novecientos ochenta y nueve.—El Gobernador Constitucional del Estado, ING. AMERICO VILLARREAL GUERRA.—El Secretario General de Gobierno, LIC. HERIBERTO BATRES GARCIA.—Rúbricas.

-----oOo-----

ACUERDO GUBERNAMENTAL mediante el cual se concede autorización a la Universidad México Americana del Norte de Ciudad Reynosa, Tamaulipas, para que establezca la carrera de **Ingeniero Industrial y de Sistemas**.

Al margen un sello que dice: "Estados Unidos Mexicanos.—Gobierno de Tamaulipas.—Poder Ejecutivo.—Secretaría General".

AMERICO VILLARREAL GUERRA, Gobernador Constitucional del Estado Libre y Soberano de Tamaulipas, en ejercicio de las facultades que al Ejecutivo de mi cargo concede el Artículo 117 y fracciones XXXIV y XLVI de la Constitución Política local; y

C O N S I D E R A N D O

PRIMERO.—Que por Decreto No. 384 de la Legislatura local de fecha 25 de enero de 1983 publicado en el Periódico Oficial del Estado, el 23 de febrero del mismo año, se concede Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios a la Universidad México Americana del Norte de Ciudad Reynosa, Tamaulipas.

SEGUNDO.—Que mediante oficio de fecha 21 de abril de 1988, la C. Lic. Edith Cantú de Luna, Rectora de la citada Universidad solicita al Ejecutivo del Estado, autorización para establecer la carrera de Ingeniero Industrial y de Sistemas.

TERCERO.—Que mediante encuesta realizada en el nivel de Educación Medio Superior, se muestra inclinación por esta carrera, pues en la región Noreste del País se ha creado un polo de desarrollo industrial que está demandando profesionistas que conjuguen la Ingeniería Industrial con los sistemas computacionales.

CUARTO.—Que la Universidad México Americana del Norte cuenta con los recursos materiales humanos y una adecuada organización administrativa y académica que le permiten la ampliación de servicios que solicita.

Por lo anteriormente expuesto y con apoyo además en lo dispuesto por los Artículos 34 y 35 de la Ley Federal de Educación, resulta procedente resolver dictando el siguiente

A C U E R D O

PRIMERO.—Se concede autorización a la Universidad México Americana del Norte de Ciudad Reynosa, Tamaulipas, para que establezca la carrera de Ingeniero Industrial y de Sistemas.

SEGUNDO.—La citada Institución se sujetará a los planes y programas de estudios que presentó al solicitar el establecimiento de dicha carrera y sólo podrá reestructurarlos o cambiarlos con nueva autorización, siempre y cuando estén vinculados a los sistemas Estatal y Nacional de Educación.

TERCERO.—Queda obligada la Universidad México Americana del Norte a cumplir con todo lo que establece la Ley de Educación Pública del Estado y acatar las disposiciones que en cumplimiento a la misma se dicten.

CUARTO.—Notifíquese el presente Acuerdo a la ciudadana licenciada Edith Cantú de Luna, Rectora de la Universidad, para su conocimiento y previo pago de los derechos correspondientes.

QUINTO.—Publíquese en el Periódico Oficial del Estado para que surta todos sus efectos legales.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo en Ciudad Victoria, capital del Estado de Tamaulipas, a los veintitres días del mes de junio de mil novecientos ochenta y ocho.—El Gobernador Constitucional del Estado, ING. AMERICO VILLARREAL GUERRA.—Rúbrica.

REAL GUERRA.—El Secretario General de Gobierno, LIC. HERIBERTO BATRES GARCIA.—Rúbricas.

AVISOS JUDICIALES Y DE INTERES GENERAL

E D I C T O

Juzgado Primero de Primera Instancia de lo Civil.
Cuarto Distrito Judicial.
Nuevo Laredo, Tamaulipas.

A QUIEN CORRESPONDA:

Por auto de esta fecha, el C. Lic. José Florentino González González, Juez Primero de Primera Instancia de lo Civil de esta ciudad, dio por radicado el Expediente número 168/989, relativo al Doble Juicio Sucesorio Testamentario a bienes de los señores ESTEBAN MATA BRIONES y PABLO MATA PEÑA.

Y por el presente Edicto que se publicará por dos veces de diez en diez días en el Periódico Oficial del Estado y en uno de los de mayor circulación en esta ciudad, se convoca a los acreedores y demás personas que se consideren con derecho a la herencia que no tengan el carácter de presuntos herederos para que se presenten a deducir sus derechos dentro del término legal.

Nuevo Laredo, Tam., marzo 2 de 1989.—El Secretario Relator en Funciones de Secretario de Acuerdos, LIC. JOSE APOLINAR HERNANDEZ PEREZ.—Rúbrica.

436.—Marzo 15 y 25.—2v2.

E D I C T O

Juzgado Segundo de Primera Instancia de lo Civil.
Cuarto Distrito Judicial.
Nuevo Laredo, Tam.

A QUIEN CORRESPONDA:

Esta fecha Lic. Reynaldo E. Flores Villarreal, Juez Segundo de Primera Instancia de lo Civil esta ciudad, radicó Expediente 115/989, Juicio Sucesorio Intestado bienes señora MARIA DE LOS ANGELES VILLEGAS HERNANDEZ.

Publíquese Edicto dos veces, diez en diez días, periódicos Oficial del Estado y uno mayor circulación esta ciudad, convocándose a todos los que se consideren con derecho a la herencia y a los acreedores, deducirlo en término legal.

Nuevo Laredo, Tam., febrero 24 de 1989.—El Secretario de Acuerdos, LIC. BONIFACIO AGUILA MARTINEZ.—Rúbrica.

437.—Marzo 15 y 25.—2v2.

E D I C T O

Juzgado Segundo de Primera Instancia de lo Civil.
Cuarto Distrito Judicial.
Nuevo Laredo, Tam.

A QUIEN CORRESPONDA:

Esta fecha, Lic. Reynaldo E. Flores Villarreal, Juez Segundo de Primera Instancia de lo Civil esta ciudad, radicó Expediente 116/989, Juicio Sucesorio Testamentario bienes señora EPIFANIA SALINAS MADRIGAL VDA. DE GONZALEZ.

CCC
AI
0168

UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

PLAN DE ESTUDIOS DE LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Requisitos Academicos para ingresar: BACHILLERATO DE HUMANIDADES

<u>PRIMER TETRAESTRE</u>	<u>PRECUENCIAS POR SEMANA</u>
✓ Español I	3
✓ Literatura Castellana	3
✓ Metodología de las Ciencias Sociales	3
✓ Antropología Social	2
✓ Principios Genales de Derecho	3
✓ Teoría de la Comunicación	3
✓ Inglés I y II	4
 <u>SEGUNDO TETRAESTRE</u>	
✓ Español II	3
✓ Literatura Hispanoamericana	3
✓ Psicología General	2
✓ Comunicación Social I	3
✓ Tec. de la Investigación Documental	2
✓ Sociología Urbana	3
✓ Inglés III y IV	4
 <u>TERCER TETRAESTRE</u>	
Psicología Social	3
✓ Comunicación Social II	3
✓ Teoría de la Administración	3
Seminario de Redacción	3
Teoría Económica	3
Apreciación Estética	3
 <u>CUARTO TETRAESTRE</u>	
Estadística	3
✓ Comunicación Masiva	3
Problemas Económicos y Sociales de México	3
✓ Fotografía Básica	3
✓ Sociedad y Política de México	3
Psicología de la Comunicación	3
 <u>QUINTO TETRAESTRE</u>	
Introducción a las Relaciones Públicas	4
Publicidad I	3
Periodismo I	3
Mercadotecnia I	4
Psicología de Grupos	3
Fotografía (Laboratorio I)	3
 <u>SEXTO TETRAESTRE</u>	
Relaciones Públicas Internas	4
Publicidad II	3
Periodismo II	3
Mercadotecnia II	4
Administración de Empresas I - II	3
Fotografía (Laboratorio II)	3



SEPTIMO TETRAESTRE

FRECUENCIAS POR SEMANA

Relaciones Publicas Externas	4
Diseno y Analisis del Mensaje Publicitario	4
Audiovisual I	3
Periodismo Comparado	3
Regimen Legal de Medios de Comunicacion	3
Administracion de Recursos Humanos	3

OCTAVO TETRAESTRE.-

Organizacion de Departamentos y Agencias de Publicidad	4
Comunicacion Organizacional	4
Audiovisual II	3
Opinion Publica	3
Creatividad Publicitaria	3
Etica Profesional	3

QUEDA REGISTRADO EL PLAN DE ESTUDIOS DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION, Y AUTORIZADA SU APLICACION EN LA UNIVERSIDAD - MEXICO AMERICANA DEL NORTE EN REYNOSA TAM.

CD. VICTORIA, TAM., 24 DE ABRIL DE 1985.

EL SUBDIRECTOR DE ASUNTOS
EDUCATIVOS.

PROFR. JOSE SANTOS VALDES SALAZAR.

EL JEFE DEL DEPTO. DE PLANES
DE ESTUDIO Y SUPERVISION.

PROFR. MIGUEL LOPEZ ANAYA.



GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS
DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS CULTURALES

ESPAÑOL I.-

El presente curso tiene como finalidad que el alumno conozca y analice las nuevas corrientes y conceptos que sobre el idioma y su estructura se nos plantean. Así mismo pretende relacionarlo con los aspectos gramaticales que sobre el uso del Español se vierten, tratando al mismo tiempo que el estudiante amplíe su léxico y lo aplique correctamente en las distintas manifestaciones de la comunicación ya sea oral o escrita.

Avila Raul- La Lengua y los Hablantes- Editorial Trillas.

Beristain Helena- Gramatica Estructural de la Lengua Espanola. Dirección General de Publicaciones U.N.A.M.

LITERATURA CASTELLANA.-

Comprenderá los distintos elementos conceptuales de diferentes épocas en la obra literaria castellana a través de su evolución histórica, distinguiendo la realidad que presenta el autor literario a través de su obra, mediante el análisis de textos. Antigua Poesía Española, lírica y narrativa Alvar; Manuel (prólogo y Selección, Ed. Porrúa, Col. Sepan Cuantos. Qué es la literatura?, Castagnino, Raúl E. Ed. Nova, Buenos Aires.

METODOLOGIA DE LA CIENCIAS.- SOCIALES

Comprenderá las consideraciones que inicien en cada uno de los estadíos del proceso de recogida de datos relacionados con los fenómenos Sociales.

Conocer la filosofía de la ciencia que sustenta el proceso de la investigación social, y la unidad intelectual de la investigación y del pensamiento formal; los métodos de investigación son una extensión de este último.

Métodos de Investigación en las Relaciones Sociales.

Claire Bellitz, Lawrence S. Wrightsman. Stuart W. Cook. Ediciones Rialp, S.A. Novena Edición, Madrid 1980.

El trabajo Intelectual. Jean Guilton, Ediciones Rialp, S.A. Madrid 1977.

ANTROPOLOGIA SOCIAL.-

Al terminar las actividades de emprendizaje del curso, el estudiante:

a).- Se familiarizará con el lenguaje, métodos y perspectivas de la antropología social como apoyo a los enfoques científicos-humanísticos de la teoría de la Comunicación.

b).- Fosteará actividades de comprensión y respeto por las manifestaciones culturales distintas a las suyas.

c).- Se interesará por una conceptualización de lo humano como requisito para la teorización en comunicación y su consiguiente aplicación tecnológica.

Introducción a la Antropología. R.L. Bealls-Harry Hoijer. Aguilar

Ensayos de Antropología Social. E.E. Evans-Pritchard. Siglo XXI.

Conceptos Clave de Antropología Social. Angel Aguirre. Diamond.

PRINCIPIOS GENERALES DE DERECHO.-

La carrera de Ciencias de la Comunicación prepara profesionales cuyo campo de acción es la sociedad en que vivimos.

Es necesario que el futuro profesionista conozca, aunque sea de una manera general, el campo en el que se va a desarrollar.

El objetivo de la materia de Introducción al Estudio del Derecho cumple con la función de mostrar al alumno, desde el punto de vista jurídico, la sociedad en la que va a ejercer su carrera, además de sentar las bases para el aprendizaje de las materias de carácter jurídico que se verán en semestres superiores.

Texto; Elementos de derecho. Efraim Moto Salazar. Editorial Porrúa, S.A.

Introducción al Derecho y lecciones de Derecho Civil. Eduardo Peniche López. Editorial Porrúa, S.A.

GOBIERNO DEL ESTADO DE PUEBLA
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS EDUCATIVOS
SECRETARÍA DE ASUNTOS EDUCATIVOS
DIRECCIÓN DE PROGRAMAS Y SERVICIOS EDUCATIVOS

El alumno tendrá la capacidad de señalar los criterios formales de una teoría científica, y los sabrá aplicar a modelos básicos de la comunicación.

Becker, Lee. McComb & McLeod, " El desarrollo del conocimiento - político", en Steven H. Chaffee, (ed) Política Communication, Sage Publications, Beverly Hills, CA., 1975.

Blumler, Jay y Katz, Elihu, The Uses of Mass Communication, Vol. 3 Sage Annual Reviews of Communication Research, Beverly Hills, CA., 1974.

INGLES I.-

Al terminar el curso el alumno estará capacitado para hacer uso adecuado de las distintas normas gramaticales, así como conceptualizar las expresiones básicas, técnicas del inglés en las Ciencias de la Comunicación.

Texto Básico.- Folleto.

INGLES II.-

Al terminar el curso el alumno estará capacitado para hacer uso adecuado de las distintas conceptualizaciones de las expresiones básicas y técnicas del inglés utilizados en las Ciencias de la Comunicación. Además de retroalimentar en forma escrita los conocimientos adquiridos.

Texto básico.

S E G U N D O T E T R A M E S T R E

ESPAÑOL II .-

Conocer los aspectos gramaticales sobre la estructura de la lengua, aplicando asimismo los conceptos que el buen uso de la lengua requieren. Es de suma importancia que dentro del curso de Español II el alumno identifique, analice y aplique los aspectos gramaticales planteados en el programa, para lograr con esto una mayor comprensión de la expresión oral o escrita.

Así mismo, se pretende que el alumno aplique los conceptos adquiridos no solo en ejercicios prácticos o comprobatorios, sino también en la práctica y comunicación diaria que hacemos a través de la lengua.

Beristain Helena.- Gramática Estructural de la Lengua Española- Textos Universitarios. Dirección General de Publicaciones, U.- N.A.M.

La Real Academia.- Esbozo para una nueva Gramática.

Seco Manuel.- manual de Gramática.

LITERATURA HISPANOAMERICANA.-

Al terminar el presente curso, el alumno tendrá conocimientos sobre las principales obras de la Literatura Hispanoamericana, que le servirán para comprender la cultura de los países de habla hispana y en especial la nuestra.

Comprensión que desarrollará la formación de criterios de análisis y de comparación en las obras literarias, en los siguientes siglos XVI, XVII, XVIII, XIX y XX.

Anderson, Imbert.E. Literatura Hispanoamericana, Ed.F.C.E. México, 1960.

Edmee Alvarez, María, Literatura Mexicana e Hispanoamericana.- Ed. Porrúa, México, 1970.

PSICOLOGIA GENERAL.-

Proporcionar al alumno los elementos que intervienen en el proceso de conducta, que le permitirán identificar los diferentes aspectos que intervienen en el comportamiento, definiendo los conceptos básicos de la Psicología y el individuo, el dinamismo de la conducta y aspectos sociales de la conducta.

Whittaker James O. Psicología, Ed. Interamericana, México, 1977.

COMUNICACION SOCIAL I.-

El alumno conocerá el proceso, el contexto, y los elementos de la comunicación masiva.

Hiebert, R.E., Ungurait, D.F. y Bohn, T.W.
Mass Media III, Longman, Nueva York, 1982.

TECNICAS DE INVESTIGACION DOCUMENTAL.-

Capacitar al alumno de comunicación en el conocimiento y aplicación eficiente de las distintas técnicas de investigación para una integración de conocimientos en el campo de la metodología de las Ciencias Sociales.

Carreno Huerta, Fernando. La Investigación Bibliográfica. Ed. -- Grijalvo.

Ferdinand, Felipe. Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales. Ed. Siglo XXI.

Carza Mercado, Ario Manual de Técnicas de Investigación para estudiantes de Ciencias Sociales. Depto. de Extensión Universitaria, U.A.N.L.

SOCIOLOGIA URBANA.-

Al finalizar el presente curso el alumno obtendrá una visión -- global del campo de la sociología, así como también de la problemática de su limitación en métodos de percepción, denominaciones, teoría sistemática y coherentes, explicativas y objetivas de los fenómenos sociales.

Timasneff, Nicolás. La teoría Sociológica. Fondo de Cultura Económica.

INGLES III.-

Consolidar la habilidad, la comprensión y la traducción de temas y asuntos escritos en inglés referidos a fenómenos sociales y -- especialmente de comunicación.

Mass Media II (Impresos en la Facultad)
Folleto de Inglés.

INGLES IV.-

Consolidar la habilidad, la comprensión y traducción de temas -- y asuntos escritos en inglés referidos a fenómenos sociales y -- especialmente de comunicación.

Mass Media II (IMPRESOS en la Facultad)
Folleto de Inglés.

T E R C E R T E T R A M E S T R E

Psicología Social.-

A través del analizar y explicar el campo de la psicología social, el alumno será capaz de identificar los conceptos y teorías relacionados con el hombre en su proceso social, basándose -- en los conceptos de la psicología general.

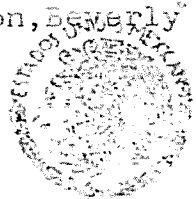
LINDGREEN, Henry Clay, introducción a la Psicología Social, 2a.- Edición.

COMUNICACION SOCIAL II.-

El alumno conocerá los enfoques y las teorías cognoscitivas de la comunicación.

Carter, Richard F., " Communication and affective relations", Journalism Quarterly, 42;2:203-212. 1965.

Chaffee, Steven, H., (Ed) Political Communication, Beverly Hills, CA., Sage 1975.



GOBIERNO DEL ESTADO DE JAMAICA
DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS EDUCATIVOS
SUBDIRECCION DE ASUNTOS EDUCATIVOS
DEPTO. DE PROGRAMAS Y SUPERVISION ESCOLAR

TEORIA DE LA ADMINISTRACION.-

El alumno identificará a la Administración como un sistema; conceptualizando su definición teórica, distinguiendo los tipos de administración pública y privada, sus fines, manejando los elementos del proceso administrativo con los cuales podrá establecer metodologías prácticas para la consecución de sus objetivos particulares en su formación académica y profesional, considerando esta metodología como un proceso continuo y repetitivo.

Reyes Ponce Agustín, Primera y Segunda Parte de Administración de Empresas, Teoría y práctica.
Ed. Limusa.

SEMINARIO DE REDACCION.-

El alumno determinará la importancia del lenguaje, específicamente escrito, en la comunicación; podrá escribir descripciones, narraciones, argumentaciones y exposiciones, así como cartas, memoranda, informes, anuncios, avisos, circulares y boletines informativos; comenzará a desarrollar su estilo.

Martin Vivaldi, G., Curso de Redacción, Ed. Paraninfo, Madrid -- 1980.

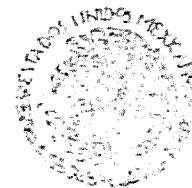
Baena Paz, Guillermina, Redaccion Aplicada, Editores Mexicanos- Unidos, Mexico, 1980.

TEORIA ECONOMICA.-

El alumno comprenderá que la Economía es una Ciencia Social, -- disciplinada en su estudio e investigación a métodos científicos específicos, por lo que ostenta el carácter de ciencia. Conocerá el proceso histórico de la economía, su evolución, el establecimiento de instituciones político económicas que corresponden a cada época; comprenderá y analizará los diferentes principios y leyes que rigen a la economía, distinguiendo los varios tipos de empresas productoras, que son el centro de la actividad económica; analizará el sistema de precios y su relación estrecha con el manejo adecuado de la oferta y la demanda así como sus determinantes, las fluctuaciones o tipos de elasticidad que correspondan, entendiéndolos como un proceso dinámico que procuren el establecimiento del precio de equilibrio, definiendo los costos de producción de una empresa productora; comprenderá la vinculación de estos con los niveles de ingreso y las ganancias. Conocerá además los elementos fundamentales del análisis macroeconómico, la medición de la renta nacional y los diferentes aspectos de la política monetaria como elemento primordial para obtener niveles de producción e ingreso más elevados; conocerá las funciones del dinero y su uso en las sociedades económicas modernas. Comprenderá y analizará el establecimiento de la banca como elemento motriz de las políticas monetarias modernas y su relevancia con la estabilidad de un país. Conocerá las condiciones para la cotización de una moneda frente a otra y los elementos o medios de pago de alcance internacional, así como los cambios de paridad de moneda que se presenten y sus repercusiones en la vida económica de los pueblos.

Se pretende que al final del curso y con estos elementos de conocimiento, el estudiante pueda comprender y explicar la realidad económica de México.

Curso Elemental de Economía.- H.H. Scott. Fondo de Cultura Económica.



GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS
DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS EDUCATIVOS
SUBDIRECCION DE ASUNTOS EDUCATIVOS
DEPTO. DE PROGRAMAS Y SUPERVISION ESCOLAR

APRECIACION ESTETICA.-

Integrar los conocimientos estéticos en el contexto cultural de cada alumno y favorecer el reconocimiento de esta relación como una exigencia de la cultura. Fortalecer y racionalizar en la medida de lo posible el juicio estético del estudiante.

Apuntes del maestro. Monroe C. Beardley y John Hospers. ESTETICA Ediciones Catedra . Madrid.

William Fleming Arte, Musica e Ideas. Nueva Editorial Interamericana. México.

CUARTO TETRAESTRE.-

ESTADISTICA.-

Estadística descriptiva: organización, presentación y análisis de datos. Probabilidad: conceptos básicos y teoremas. Variables aleatorias discretas y continuas, función de probabilidad y de densidad, función de probabilidad de probabilidad acumulada, valor esperado, varianza y teorema de Chevysheff. Variable aleatoria binominal. Elementos de teoría de muestreo. Distribución de X en el muestreo. Distribución t de student. Prueba de Hipotesis para una y dos medidas. Regresión y correlación lineal. Numero de índices. Texto: Paul G. Hoe; , Estadística elemental, CECSA, -- 1979.

COMUNICACION MASIVA.-

El alumno conocerá los usos y los efectos de la comunicación masiva.

Hiebert. R.E. Ungurait, D.F. y Bohn, T.W. Mass Media III, Longman, Nueva York, 1982.

PROBLEMAS ECONOMICOS Y SOCIALES DE MEXICO.-

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de identificar plenamente los principales problemas que aquejan al país en el presente, tanto en el ámbito económico como el social, así como ser capaz de discutirlo y proponer posibles soluciones .

Se analizan los problemas relativos al comercio, industria, agrarios y ganadero, vivienda, salubridad y educación.

Dada la actualidad con que deben tratarse los temas, no existe una bibliografía.

Los alumnos deberán investigar los temas a través de revistas, periódicos o publicaciones especializadas, realizar encuestas tanto a personas físicas como a organismos privados o públicos.

FOTOGRAFIA BASICA.-

Brindar los conocimientos teórico-prácticos, que permitan al estudiante formular, elaborar e interpretar mensajes gráficos, eficientes en la comunicación mediante el empleo adecuado de la técnica fotográfica.

Texto base.

Apuntes: "Curso Básico de fotografía para la comunicación visual" Fac. de C. de la Comunicación.

Rinojosa, Carlos.

SOCIEDAD Y POLITICA DE MEXICO.-

Conocer y analizar los parámetros y características políticas, sociales y culturales de la sociedad mexicana.

Comprender que lo que da su identidad propia a la sociedad mexicana y en especial al sistema político mexicano es la naturaleza de la principal institución (PRI) política y sus principios.

Analizar el papel que desempeña el sistema político dentro de la sociedad en general.

Conocer quien gobierna, quienes tienen acceso al poder y cuáles son las condiciones sociales de ese acceso.

Hansen, Roger D. La política del Desarrollo Mexicano siglo XXI - Ed. México.

Smith, Peter. Los Laberintos del Poder.

GUBERNAMENTO DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ
DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS EDUCATIVOS
SUBDIRECCION DE ASUNTOS EDUCATIVOS
DEPTO. DE PROGRAMAS Y SUPERVISION ESCOLAR

El alumno , a partir de las definiciones de lso conceptos emisor, mensaje, medio y receptor, distinguirá los factores que intervienen en el campo de las actitudes, en base a la percepcion e imagen del comunicador, considerando su pertenencia a los grupos, su trabajo en equipo hasta identificar los efectos en el comportamiento y los factores que participan en el proceso.
Libro Base: Maletke G. Psicologia de la Comunicacion Social, Ed.- Ciespal, Ecuador, 1976.

Q U I N T O T E T R A N E S T R E

INTRODUCCION A LAS RELACIONES PUBLICAS.-

El alumno sera capaz de definir y comprender el concepto y las funciones de las Relaciones Públicas en empresas publicas y privadas, asi como sus elementos y politicas, Además de la forma de internación de los mismos para la elaboracion de programas.
Relaciones Públicas, Jorge Rios Szalay.
Relaciones Publicas, Principios, casos y problemas.
moore, Ed. C.E.C.S.A.

PUBLICIDAD I.-

El alumno conocerá los aspectos generales de los procesos de la publicidad, los elementos que la integran y las relaciones mutuas entre ellos, por lo tanto estara capacitado para elaborar investigaciones de mercadeo con sus aspectos sociales, culturales, publicitarios y comerciales; así como diseñar, realizar y evaluar campanas publicitarias, ya sea dentro de una organizacion (de cualquier índole) o como especialista independiente en este ramo.

Ademas se proporcionara la informacion adecuada para la toma de decisiones, en cuanto afectan a los distintos procesos publicitarios.

Este programa es la primera parte de dos y tendra su continuacion en el semestre en donde se trataran los temas de los procesos creativos, analizaran los diversos medios publicitarios y finalmente las técnicas de evaluación de la eficiencia publicitaria.

Publicidad Comercial, Dorothy Cohen, Ed. Diana.
Seducción subliminal, Wilson Bryan Key, Ed. Diana, 4a. Imp. 1981.
Introduccion a la Publicidad, A.J. Brewster, H.H. Palmer y otros.

PERIODISMO I.-

El alumno conocerá y analizara el periodismo como medio de informacion y enjuiciamiento de los hechos humanos de interes colectivo.

Distinguira la fisonomia propia de la prensa, la radio y la television como medios de informacion.

Descubrira la entranca de la NOTICIA como base del Periodismo Informativo.

Periodismo Trascendente.- Salvador Borrego-Editorial Jus. 1975.-
Generos Periodisticos Informativos-Carl N. Warren A.T.E. 1975.
El Reportero Profesional- Stanley Johnson y Julian Harris- - -
Editorial Trillas- 1977.

MERCADOTECNIA I.-

En esta asignatura el alumno sabra la importancia que tiene la mercadotecnia en una institucion, ya sea productora o de servicios. Las diversas actividades técnicas, sistematicas, etc. que se desarrollan para satisfacer adecuadamente las necesidades - tanto físicas como psicológicas de los consumidores o usuarios.
Texto Base- Direccion de Mercadotecnia. Autor: Philip Kotler.
Textos complementarios-Fundamentos de Marketing de J.C. Crow - Hill.

GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAUlipAS
DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS CULTURALES
SUBDIRECCION DE ASUNTOS EDUCATIVOS
DEPTO. DE PROGRAMAS Y SUPERVISION ESCOLAR

PSICOLOGIA DE GRUPOS.-

El alumno señalará los diferentes procesos de grupo, en el inicio de la formación, e identificará los roles y la actividad de líder, así como los pasos para la resolución de problemas en equipo.

Napier Rodney W. y Gershenfeld Matti K., Grupos, Teoría y Experiencia. Ed. Trillas 1977.

Goldhaber Gerald. Comunicación Organizacional. Ed. Logos, Mexico -- 1978

FOTOGRAFIA I.-

El alumno conocerá y aplicará la técnica fotográfica en los diferentes campos de la práctica profesional de la publicidad y se capacitará para analizar y evaluar el contenido gráfico de las imágenes, aplicables al área de su desempeño profesional.

Enciclopedia Salvat de la Fotografía. Varios tomos. Salvat Editores

The Techniques of photography. Time Life.

La otra Faz de Kodak. Kodak Ediciones.

S E X T O T E T R A M E S T R E

RELACIONES PUBLICAS INTERNAS.-

El objetivo general es el que el alumno analice los conceptos -- que intervienen en el proceso de las Relaciones Industriales definiendo sus conceptos básicos, diferenciándolos de las Relaciones Públicas .

Psicología de la conducta industrial. C. Smith y R. Wakeley. Ed. Mc. Graw Hill.

Apuntes dados en clase.

PUBLICIDAD II.-

En este curso, que es la segunda parte de la materia de Publicidad, y estructurado como continuación del semestre anterior, el alumno conocerá los diversos procesos creativos aplicados en los diferentes medios publicitarios y también las técnicas como evaluar la eficiencia de la Publicidad.

Publicidad Comercial, Dorothy Conen. Ed. Diana.

PERIODISMO II.-

El alumno será capaz de obtener información, opiniones y datos personales, a través de las entrevistas noticiosas, de opinión o de semblanza.

Borrego Salvador: Periodismo Trascendente, Edit. J.U.S.

Warren, Carl, H. Generos Periodísticos Informativos. Edit. A.T.E.

Joanson, Stanley y otro: El Reportero Profesional. Edit. Trillas.

MERCADOTECNIA II.-

El objetivo Principal de este curso es que el alumno sea capaz de aplicar de manera práctica los conocimientos básicos o fundamentales de Mercadotecnia por medio de la elaboración de un trabajo o ensayo final acerca de la creación de un nuevo producto y /o servicio del Mercado de la Ciudad de Monterrey, tomando como apoyo principal los temas contenidos en el curso.

Libro de Texto: Dirección de Mercadotecnia. Analisis, Planeación y Control. 2a. y 3a. Ed. Philip Kotler. Editorial Diana.

El alumno conocerá el proceso administrativo en sus funciones de: PLANEAR Y ORGANIZAR, dejándose para el curso de Administración II, las funciones de ejecutar y controlar, enfocándose a las interrelaciones de las mismas, así como también técnicas propias de ellas.
Koontz, O' Donnell.- Curso de Administración Moderna.

FOTOGRAFIA II.-

Brindar al alumno los elementos teórico- que le permitan solucionar los problemas concretos aplicables a la fotografía publicitaria, capacitándolo para la planeación, realización, elaboración y evaluación de mensajes publicitarios, teniendo como base la técnica fotográfica.

La fotografía es fácil, Tomo VIII Editorial Afna.
The Technics of Photography. Time Life
Enciclopedia Salvat de Fotografía. Salvat Editores.

ADMINISTRACION DE EMPRESAS II.-

Aquí el alumno determinará las vías correctas para determinar una organización dentro de sus conocimientos administrativos e investigar los diferentes métodos para determinar que dirección deben de tomar las alternativas que se presentan en la toma de decisiones.

Administración Moderna. Koontz y O' Donnell.

S E P T I M O T E T R A S T R E

RELACIONES PUBLICAS EXTERNAS.-

Que el alumno sea capaz de analizar las teorías motivacionales, identifique las variables del manejo de juntas, organizaciones de eventos internos y externos.

Publicidad Comercial. Dorothy Cohen Ed. Diana.

DISEÑO Y ANALISIS DE MENSAJES PUBLICITARIOS.-

Como resultado de las actividades académicas y prácticas realizadas en este curso, el alumno será capaz de diseñar y analizar mensajes publicitarios, con lo que verificará la asimilación de los conceptos así como el dominio de las técnicas correspondientes.

Texto Básico: Introducción a la Publicidad Brewster, Palmer e Ingranam. Ed. CECOSA. 1980.

Textos complementarios: La comunicación y los Mass Media. Abraham Moles. Ed. Mensajero. 1975.

AUDIOVISUAL I.-

El alumno estará capacitado y habilitado para hacer uso del medio radiofónico, así como de cada una de las técnicas que se emplearán para desarrollar el amplio mundo del periodismo radiofónico a través de los distintos géneros periodísticos.

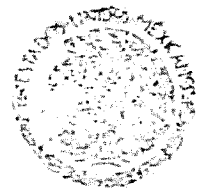
Periodismo radiofónico, John F. Newman, Ed. Limusa, Mexico.

PERIODISMO COMPARADO.-

Comparar el sistema de redes informativas operantes a nivel nacional e internacional; como se practica la tarea informativa en distintos lugares y frente a distintos problemas, y las consecuencias derivadas para los sistemas sociales.

López Escobar, Esteban. Análisis del "Nuevo Orden" internacional de la formación. ED. EUNSA. la ed. Pamplona, 1978.

Servan Schreiber, Jean Louis. El Poder de Informar. Ed. DOPESA - la ed. Barcelona, 1973.



Gobierno del Estado de Tlaxcala
Dirección General de Educación Superior
DEPTO. DE PROGRAMAS Y METODOS ESCOLARES

REGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION II.-

Que el alumno conozca las disposiciones legales a que estara sujeto como profesional de la comunicacion.
Tomando en consideracion que lo que persigue es el tener una nocion elemental del derecho que regula la comunicacion social no es factible senalar una bibliografia muy amplia para el alumno, la cual le seria dificil comprender en toda su magnitud, ya que carece de los conocimientos necesarios para comprender en toda su esencia el estudio del derecho por lo que se lleva como libro de texto el libro de Jorge Pinto Nazal que se denomina " Regimen Legal de los medios de Comunicacion Colectiva" que en si mismo es una recopilacion de las leyes que integran el Derecho de la Comunicacion Social.

ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS.-

El alumno sera capaz de analizar las teorias relacionadas con el comportamiento humano, estableciendo nexos con aquellos elementos fundamentales en el trato con los individuos; realizando analisis sobre casos practicos.

Relaciones Humanas- Luis Haro Leeb, Editorial Edicol.

Relaciones Humanas- Soria Murillo, Editorial Limusa.

OCTAVO TETRAESTRE

ORGANIZACION DE DEPARTAMENTOS Y AGENCIAS DE PUBLICIDAD.-

Los alumnos tomara de varias alternativas la correcta, investigara y expondra la resolucion al problema del caso practico en equipo.

Fundamentos de Marketing. J. Stanton 2a. Edicion. Edit. Mc Grae-Hill.

COMUNICACION ORGANIZACIONAL.-

Al terminar el siguiente curso, el alumno conocera los descubrimientos teoricos fundamentales relacionados con la teoria de la organizacion y con las relaciones humanas; las variables mas importantes del proceso de la comunicacion dentro de la organizacion, y sera capaz de analizar los efectos del flujo de mensajes que se producen en los principales formatos de interaccion de una organizacion.

Bertoglio, Oscar Jonansen.- Las comunicaciones y la conducta de la organizacion. Ed. Diana, Mexico.

Goldhaber, Seraldo M.- Comunicacion Organizacional, Ed. Logos, Mexico.

AUDIOVISUAL II.-

Al final del curso el alumno conocera, comprendera y analizara las distintas maneras de realizar guiones, de utilizar filtros y efectos especiales, el manejo de los distintos programadores (cricket, PD 3 y coyote) para la realizacion de programas audiovisuales.

La produccion en multi-imagen.

Cuaderno de multivision Audiovisual, S.A.

Apuntes en clase.

OPINION PUBLICA.

Al termino del curso, el alumno sera capaz de determinar el proceso de la Opinion Publica y los elementos inherentes a esta. Asi mismo aplicara estos conocimientos a traves de analisis periodisticos y sondeo de opinion.

CGSSIC, Carlos " La Opinion Publica". Mex. 1958, Ed. Trillas, Losa de Buenos Aires, Biblioteca del Hombre Contemporaneo, B.C. Unidos.

RIVADEREIRA, P. Raul. " La Opinion Publica: Mex. 1979. Ed. Trillas.

GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS
DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS CULTURALES
SUBDIRECCION DE ASUNTOS EDUCATIVOS
DEPTO. DE PROGRAMAS Y SUPERVISION ESCOLAR

CREATIVIDAD PUBLICITARIA.-

En este Programa, se tratara de despertar en el alumno la inquietud creativa, guiandolo a aplicar los elementos fundamentales en cabezados por el ejercicio mental al aspecto estetico y tecnico. Guia completa de ilustracion y diseno, T. Dalley, Edit.Blume.

ETICA PROFESIONAL.-

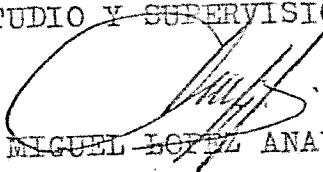
que el alumno al terminar el presente curso tenga las nociones basicas de la etica, así como el enfoque de ellas en la actividad propia del comunicador. Este programa, aunque centra su recomendacion en el quehacer periodistico, involucra significativamente la actividad del comunicador-publi-relacionista y del comunicador-publicista.

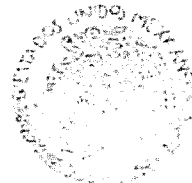
Luka Brajnovi. Deontologia Periodistica. Edit. E.U.R.S.A.

AUTORIZADO Y REGISTRADO EL PROGRAMA DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

CD. VICTORIA, TAM., 24 DE ABRIL DE 1985.

EL JEFE DEL DEPTO. DE PLANES
DE ESTUDIO Y SUPERVISION.


PROFR. MIGUEL LOPEZ ANAYA.



GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS
DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS CULTURALES
SUBDIRECCION DE ASUNTOS EDUCATIVOS
DEPTO DE PROGRAMAS Y SUPERVISION ESCOLAR

CCC
AI
0168

UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE
REGLAMENTO DE TITULACION
CAPITULO I
DE LOS TITULOS

ARTICULO 1.-
DE ACUERDO AL ARTICULO 25 DE LA LEY FEDERAL DE EDUCACION, LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE, QUEDA AUTORIZADA PARA EXPEDIR CERTIFICADOS, DIPLOMA, TITULOS Y GRADOS ACADÉMICOS QUE TENDRAN VALIDEZ EN TODO EL PAIS.

ARTICULO 2.-
LOS TITULOS OTORGADOS POR LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE SON IRREVOCABLES Y POR NINGUN MOTIVO SE RETIRARA UN TITULO UNA VEZ OTORGADO Y RECIBIDO.

ARTICULO 3.-
PARA QUE LOS EGRESADOS DE CUALQUIER LICENCIATURA TENGAN DERECHO A RECIBIR SU CARTA DE PASANTE, DEBEN REUNIR LOS REQUISITOS SIGUIENTES..

- a) Haber acreditado la totalidad de las materias que integran el plan de estudios de su especialidad en vigor.
- b) Haber realizado su servicio social obligatorio.
- c) No tener adeudos de ninguna especie con la Universidad -- (documentos, libros, materiales, equipos y economicos).
- d) Haber efectuado el pago del derecho de exámen profesional

ARTICULO 4.-
PARA QUE LOS EGRESADOS DE CUALQUIER LICENCIATURA TENGAN DERECHO A RECIBIR UN TITULO PROFESIONAL, ES NECESARIO QUE PRESENTEN Y ACREDITEN SU EXAMEN PROFESIONAL, ASI COMO CUMPLIR CON LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS EN EL INSTRUCTIVO DE EXPEDICION Y REGISTRO DE TITULO.

CAPITULO II
DE LOS EXAMENES PROFESIONALES

ARTICULO 5.-
EXAMEN PROFESIONAL ES EL QUE LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE CONCEDE A LOS ALUMNOS QUE HAN ACREDITADO EL 100% DE LAS MATERIAS QUE INTEGRAN EL PLAN DE ESTUDIOS EN VIGOR DE LA CARRERA CORRESPONDIENTE.

ARTICULO 6.-
FINALIDAD DEL EXAMEN PROFESIONAL ES LA DE CONOCER EL APROVECHAMIENTO EN GENERAL DEL SUSTENTANTE PARA ACREDITAR O NO RU TITULACION.

ARTICULO 7.-
PARA PRESENTAR DICHO EXAMEN SE REQUIERE. . .

- a) Solicitar una revisión de su expediente y de su historial académico.
- b) Llenar la solicitud correspondiente.
- c) Cubrir los requisitos del artículo 3o. del capítulo I del presente reglamento.

ARTICULO 8.-
A LA SOLICITUD ESCRITA DEL EXAMEN SE ADJUNTARA..

- a) Copia de la carta de pasante.
- b) Copia de la constancia de liberación del servicio social.
- c) Constancia de servicios escolares de que en su expediente existen los documentos originales de C.S., A.N. C.P., y seis fotografías recientes en blanco y negro.
- d) Constancia de no adeudo con la universidad expedida por la dirección de finanzas.
- e) Recibo del derecho para presentar el exámen profesional.
- f) Constancia de no adeudo de material y equipo expedida por el Director.

ARTICULO 9.-
EL EXAMEN PROFESIONAL SE PRESENTA EN LAS MODALIDADES A Y B.

ARTICULO 10.- MODALIDAD A
HABER TERMINADO SU CARRERA CON UN PROMEDIO GENERAL MINIMO DE 90 DE CALIFICACION QUE LE DA EL PASE AUTOMATICO A PRESENTAR SU EXAMEN PROFESIONAL FORMAL.

ARTICULO 11.- MODALIDAD B
AL HABER TERMINADO SU CARRERA CON UN PROMEDIO GENERAL MENOR DE 90 Y MAYOR DE 70, TENDRAN QUE PRESENTAR UN EXAMEN ESCRITO, TEORICO, PRACTICO Y/O TEORICO-PRACTICO Y EN EL DIA Y HORA SEÑALADO.

ARTICULO 12.-
TANTO EL EXAMEN ESCRITO COMO EL FORMAL, SE REFERIRAN SOBRE LAS 5 AREAS BASICAS DE LA CARRERA CORRESPONDIENTE.

ARTICULO 13.-
EL EXAMEN FORMAL TENDRA POR OBJETO COMPROBAR EN EL SUSTENTANTE QUE TIENE UNA FORMACION GENERICA Y UN JUICIO CRITICO-APLICANDO ESTO A PROBLEMAS DE CARACTER FUNDAMENTAL DE SU CARRERA.

ARTICULO 14.-
EL EXAMEN ESCRITO (TEORICO, PRACTICO Y/O TEORICO-PRACTICO), TENDRA POR OBJETO COMPROBAR EN EL ALUMNO SU CAPACIDAD Y HABILIDAD EN LA PROFESION, CARRERA O GRADO QUE DESEA OBTENER, EJERCRIENDO UN ASPECTO DE SU CARRERA.

ARTICULO 15.-
LA DIRECCION DEL INSTITUTO Y EL ASESOR CORRESPONDIENTE, FIJARAN LAS BASES PARA LA APLICACION DEL EXAMEN A QUE SE REFIERE EL ARTICULO ANTERIOR.

ARTICULO 16.-
EL JURADO DEBERA CALIFICAR AL ALUMNO EN LA SIGUIENTE FORMA..
a) Aprobado por unanimidad.
b) Aprobado por mayoria.
c) Reprobado.
CUANDO UN ALUMNO SEA APROBADO POR MAYORIA EN SU ACTA DE EXAMEN, SOLAMENTE SE HARA CONSTAR QUE FUE APROBADO.

ARTICULO 17.-
EL RESUMEN DEL EXAMEN SE ANOTARA EN EL LIBRO DE ACTA DE EXAMENES PROFESIONALES DEL INSTITUTO RESPECTIVO. LOS SINODALES FIRMARAN DE INMEDIATO Y SUS FIRMAS SERAN CERTIFICADAS POR LA SECRETARIA GENERAL DE LA RECTORIA.

ARTICULO 18.-
LEVANTADA Y FIRMADA EL ACTA EN EL CASO DE QUE EL SUSTENTANTE HAYA SIDO APROBADO, DEBERA RENDIR ANTE EL JURADO LA PROMESA UNIVERSITARIA, PROMETIENDO EL CUMPLIMIENTO DE SUS DEBERES EN LA PROFESION.

ARTICULO 19.-
EL SUSTENTANTE APROBADO PODRA SOLICITAR LA EXPEDICION DE SU TITULO PROFESIONAL, MEDIANTE EL PAGO DE LOS DERECHOS SEÑALADOS EN EL REGLAMENTO DE PAGOS Y SERA ENTREGADO EN UN LAPSO NO MAYOR DE UN AÑO, CONTANDO A PARTIR DE LA FECHA DE PAGO.

ARTICULO 20.-
EL ALUMNO QUE HAYA SIDO REPROBADO EN EL EXAMEN PROFESIONAL, PODRA SOLICITARLO NUEVAMENTE HASTA DESPUES DE QUE HUBIEREN TRANSCURRIDO CUATRO MESES, PERO NO MAS DE 18 DE LA FECHA DE REPROBACION, SIEMPRE Y CUANDO DEMUESTREN TENER PRACTICAS PROFESIONALES.

CAPITULO III
DE LOS JURADOS

ARTICULO 21.-

EL JURADO DE UN EXAMEN PROFESIONAL FORMAL, DEBERA ESTAR INTEGRADO POR UN PRESIDENTE, UN SECRETARIO, UN VOCAL Y UN SUPLENTE. TODOS OBLIGATORIAMENTE CATEDRATICOS DE LA UNIVERSIDAD EN SERVICIO ACTIVO, TITULADOS Y CON CEDULA PROFESIONAL Y SERAN NOMBRADOS POR LA SECRETARIA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE.

ARTICULO 22.-

LOS ALUMNOS TIENEN DERECHO A VETAR A UN SINODAL CON CAUSA JUSTIFICADA QUE DEBERA DE COMPROBARSE A JUICIO DEL CONSEJO UNIVERSITARIO QUIEN RESOLVERA EN ULTIMA INSTANCIA.

ARTICULO 23.-

EL PRESIDENTE DEL JURADO DIRIGIRA EL EXAMEN, PROCURARA QUE SE AJUSTE A LAS FORMALIDADES QUE ESTABLECE ESTE REGLAMENTO Y PROPONDRÁ LA FORMA DE SOLUCIONAR CUALQUIER DUDA QUE SESUSCITE CON MOTIVO DE LA REALIZACION DEL MISMO.

ARTICULO 24.-

CONCEJIDO DEL EXAMEN, LOS SINODALES DELIBERARAN EN PRIVADO PARA DICTAR SU FALLO DE INMEDIATO A LA TOMA DE PROTESTA DEL NUEVO PROFESIONISTA Y EN CASO DE APROBACION, SE PROCEDERA.

ARTICULO 25.-

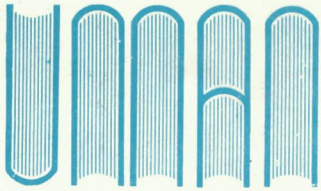
CUALQUIER EXAMEN QUE SE EFECTUE SIN LOS REQUISITOS QUE SEÑALA ESTE REGLAMENTO, SERA NULIFICADO Y DEBERA CUMPLIRSE NUEVAMENTE CON TODO EL PROCESO.

ARTICULO 26.- TRANSITORIO.

UNICO. LO NO PREVISTO EN EL PRESENTE REGLAMENTO, SERA RESUELTO POR LA SECRETARIA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

AGOSTO DE 1987.

CCC
AI
0168



**UNIVERSIDAD MEXICO
AMERICANA DEL NORTE**

UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO
REGISTRO ANTE S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

GUERRERO No. 1317 Y PLUTARCO E. CALLES
COL. DEL PRADO TEL. 2-20-86
CD. REYNOSA, TAM. MEXICO

Cd. Reynosa, Tam., 21 de Agosto de 1987.

A QUIEN CORRESPONDA:

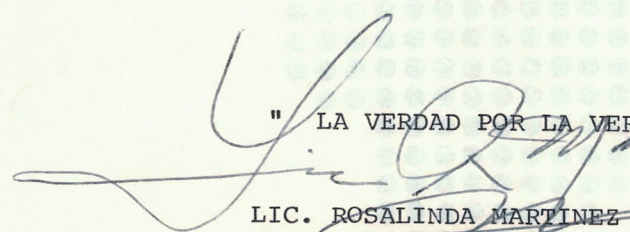

por medio de la presente hago de conocimiento la siguiente informacion:

A C T U A L M E N T E :

EGRESADOS	75
TITULADOS	8
ALUMNOS ACTUALES	215

Sin otro asunto en particular les saludo afectuamente.

" LA VERDAD POR LA VERDAD "

LIC. ROSALINDA MARTINEZ CEREDA.
DIR. DE ESCOLAR Y ARCHIVO

SERVICIOS ESCOLARES

RMC/dro.

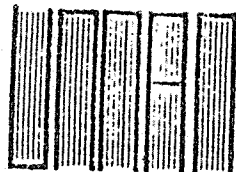


UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

REQUISITOS DE ADMISION:

- 1.- Acta de Nacimiento, original y dos copias
- 2.- Certificado de Secundaria, original y dos copias
- 3.- Certificado de Preparatoria, original y dos copias
- 4.- Carta de buena conducta
- 5.- 6 Fotografias tamano credencial de frente
- 6.- 6 Fotografis tamano infantil de frente



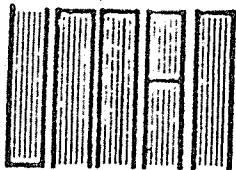
UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 344 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

PLAN DE ESTUDIOS

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

<u>PRIMER TETRAESTRE</u>	<u>FRECUENCIAS POR SEMANA</u>
Espanol I	
Literatura Castellana	3
Metodologia de las ciencias sociales	3
Antropologia social	3
Principios Generales de derecho	2
Teoria de la comunicaci3n	3
Inglés I y II	3
	4
<u>SEGUNDO TETRAESTRE</u>	
Espanol II	
Literatura Hispanoamericana	3
Psicologia general	3
Comunicaci3n social I	2
Tec. de la Investigaci3n Documental	3
Sociologia Urbana	2
Inglés III y IV	3
	4
<u>TERCER TETRAESTRE</u>	
Psicologia social	
Comunicaci3n social II	3
Teoria de la administraci3n	3
Seminario de Redacci3n	3
Teoria economica	3
Apreciaci3n Estética	3
	3
<u>CUARTO TETRAESTRE</u>	
Estadística	
Comunicaci3n masiva	3
Problemas económicos y sociales de México	3
Fotografía básica	3
Sociedad y Política de México	3
Psicologia de la comunicaci3n	3
	3
<u>QUINTO TETRAESTRE</u>	
Introducci3n a las Relaciones Púlicas	
Publicidad I	4
Periodismo I	3
Mercadotecnia I	3
Psicologia de grupos	4
Fotografía (Laboratorio I)	3
	3



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 344 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO REGISTRO EN LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

<u>SEXTO TETRAESTRE</u>	FRECUENCIAS POR SEMANA
Relaciones Públicas Internas	4
Publicidad II	4
Periodismo II	3
Mercadotecnia II	4
Administración de empresas I -II	3
Fotografía (Laboratorio II)	3
<u>SEPTIMO TETRAESTRE</u>	
Relaciones publicas externas	4
Diseno y análisis del mensaje publicitario	4
Audiovisual I	3
Periodismo comparado	3
Regimen legal de medios de comunicación	3
Administración de Recursos humanos	3
<u>OCTAVO TETRAESTRE</u>	
Organización de Departamentos y Agencias de Publicidad	4
Comunicación organizacional	4
Audiovisual II	3
Opinión pública	3
Creatividad publicitaria	3
Etica profesional	3

QUEDA REGISTRADO EL PRESENTE PLAN DE ESTUDIOS PARA LA CARRERA DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION Y AUTORIZADA SU APLICACION EN LA UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE DE CD. REYNOSA, TAM.

CD. VICTORIA TAM., 25 de ABRIL DE 1988.

EL JEFE DEL DEPARTAMENTO TECNICO

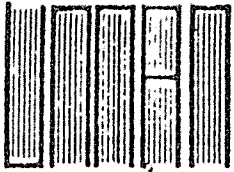
PROFR. MIGUEL LOPEZ ANAYA

EL SUBDIRECTOR DE ASUNTOS EDUCATIVOS

PROFR. JOSE SANTOS VALDES SALAZAR



Gobierno del Estado de Tamaulipas



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 27 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 719 DE MARZO 11 DE 1983 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

ESPAÑOL I

El presente curso tiene como finalidad que el alumno conozca y analice las nuevas corrientes y conceptos que sobre el idioma y su estructura se no plantean. Así mismo pretende relacionarlo con los aspectos gramaticales que sobre el uso del español se vierten, tratando al mismo tiempo que el estudiante amplie su léxico y lo aplique correctamente en las distintas manifestaciones de la comunicación ya sea en las distintas manifestaciones de la comunicación ya sea oral o escrita.

Avila Raúl- la lengua y los hablantes- editorrial trillas.
Beristain Helena- Gramática estructural de la lengua española.
Dirección general de publicaciones U.N.A.M.

LITERATURA CASTELLANA

Comprenderá los distintos elementos conceptuales de diferentes épocas en la obra literaria castellana a través de su evolución histórica, distinguiendo la realidad que presenta el autor literario a través de su obra, mediante el análisis de textos.

Antigua poesía española, lírica y narrativa Alvar; Manuel (prólogo y selección, ed/ Porrúa, sol Sepan cuantos.
Que es la literatura?, castegnino, Raúl E. Ed. Nova, Buenos Aires.

METODOLOGIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Comprenderá las consideraciones que inicien en cada uno de los estadístico del proceso de recogida de datos relacionados con los fenómenos sociales.

Conocer la filosofía de la ciencia que sustenta el proceso de la investigación social, y la unidad intelectual de la investigación una extensión de éste último.

Métodos de Investigación en las relaciones sociales .

Claire Selltiz, Lawrence S. Wrightsman, Stuart W. Cook Ediciones Rialp, S. A. Novena Edición, Madrid 1980.

El trabajo intelectua; , Jean Guiton, ediciones Rialp, S. A. Madrid 1977.

ANTROPOLOGIA SOCIAL

Al terminar las actividades de aprendizaje del curso, el estudiante:

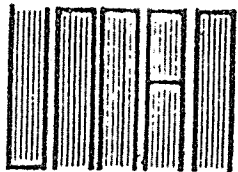
a) se familiarizará con el lenguaje, métodos y perspectivas de la antropología social como apoyo a los enfoques científicos humanísticos de la teoría de la comunicación.

b) Prosesará actividades de comprensión y respecto por las manifestaciones culturales distintas a las suyas

c) Se interesará por una conceptualización de lo humano como requisito para la teorización en comunicación y su consiguiente aplicación tecnológicas

Gobierno del Estado de
Tamaulipas

DIRECCION GENERAL DE



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

Introducción a la antropología R. L. Bealls-Harry Hoijer, Aguilar
Ensayos de antropología social E.E. Evans-Pitchard, siglo XXI. --
conceptos clave de antropología social Angel Aguirre, Diamond.

PRINCIPIOS GENERALES DE DERECHO

La carrera de ciencias de la comunicación prepara profesionalmente cuyo campo de acción es la sociedad en que vivimos.

Es necesario que el futuro profesionista conozca, aunque sea de una manera general, el campo en el que se va a desarrollar.

El objetivo de la materia de Introducción al estudio del derecho cumple con la función de mostrar al alumno, desde el punto de vista jurídico que se verán en semestres superiores.

Texto: Elementos de derecho Efrain Moto Salazar Editorial Porrúa, S. A.

Introducción al derecho y lecciones de derecho civil, Eduardo Peniche López editorial porrúa, s. a.

TEORIA DE LA COMUNICACION

El alumno tendrá la capacidad de senalar los criterios formales de una teoría científica, y los sabrá aplicar a modelos básicos de la comunicación.

Becker, Lee. McComb & McLeod, "El desarrollo del conocimiento político", en Steven H. Chanffee, (ed) política Communication, sage publications, Beverly Hills, CA., 1975.

Blumler, Jay y Katz, Alihu, The Uses of Mass communication, Vol. - 3 sage Anual Reviewssof communication Research, Beverly Hills, CA., 1974.

INGLES I

Al terminar el curso el alumno estará capacitado para hacer uso adecuado de las distintas normas gramaticales, así como conceptos las expresiones básicas, técnicas del inglés en las Texto-Básico-folleto.

INGLES II

Al terminar el curso el alumno estará capacitado para hacer uso adecuado de las distintas conceptualizaciones de las expresiones básicas y técnicas del inglés utilizados en las ciencias de la comunicación. Además de retroalimentar en forma escrita los conocimientos adquiridos.

Texto-Básico.



Gobierno del Estado de
Tamaulipas
SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

SEGUNDO TETRAESTRE

ESPAÑOL II

Conocer los aspectos gramaticales sobre la estructura de la lengua aplicando asimismo los conceptos que el buen uso de la lengua requieren. Es de suma importancia que dentro del curso de español II el alumno identifique, analice y aplique los aspectos gramaticales planteados en el programa, para lograr con esto una mayor comprensión de la expresión oral o escrita.

Así mismo, se pretende que el alumno aplique los conceptos adquiridos no solo en ejercicios prácticos o comprobatorios, sino también en la práctica y comunicación diaria que hacemos a través de la lengua.

Beristain Helena.- Gramática Estructural de la lengua española ---
Textos universitarios. Dirección general de publicaciones, U.N.A.M.
La real Academia.- esbozo para una nueva gramática
Seco Manuel.- manual de gramática.

LITERATURA HISPANOAMERICANA

Al terminar el presente curso, el alumno tendrá conocimientos sobre las principales obras de la literatura hispanoamericana que le servirán para comprender la cultura de los países se habla hispana y en especial la nuestra/

Comprensión que desarrollará la formación de criterios de análisis y de comparación en las obras literarias, en los siguientes siglos XVI, XVII, XVIII, XIX y XX.

Anderson, Inbert E. Literatura hispanoamericana ed Porrúa, México 1970

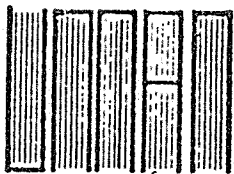
PSICOLOGIA GENERAL

Proporcionar al alumno los elementos que intervienen en el proceso de conducta, que le permitirán identificar los diferentes aspectos que intervienen en el comportamiento, definiendo los conceptos básicos de la Psicología y el individuo, el dinamismo de la conducta y los aspectos sociales de la conducta.

Whittaker James O. Psicología, ED. Interamericana, México, 1977.



Gobierno del Estado de
Coahuila de Zaragoza



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL II CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 215 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

COMUNICACION SOCIAL I

El alumno conocerá el proceso, el contexto, y los elementos de la comunicación masiva.

Hiebert, H. E. Ungrurait, D. F. y Bohn, T. W.
Mass Media III, Longman, Nueva York, 1982.

TECNICAS DE INVESTIGACION DOCUMENTAL

Capacitar al alumno de comunicación en el conocimiento y aplicación eficiente de las distintas técnicas de investigación para una integración de conocimientos en el campo de la metodología de las ciencias sociales.

Carreno Huerta, Fernando. La Investigación Bibliografica ED. Grijalvo.

Pardinas, Felipe. Metodología y Técnicas de investigación en ciencias sociales, ed. siglo XXI.

Garza Mercado, Ario Manual de Técnicas de Investigación para estudiantes de Ciencias sociales. Depto. de extensión Universitaria, -- U.A.N.L.

SOCIOLOGIA URBANA

Al finalizar el presente curso el alumno obtendrá una visión global del campo de la sociología, así como también de la problematización de su limitación en métodos de percepción, denominadas, teoría sistémica y coherentes, explicativas y objetivas de los fenómenos sociales.

Timasheff, Nicolás. La teoría sociológica. Fondo de cultura económica.

INGLES III

Consolidar la habilidad, la comprensión y la traducción de temas y asuntos escritos en inglés referidos a fenómenos sociales y especialmente de comunicación/

Mass Media II (Impresos en la facultad)

Folleto de Inglés.

INGLES IV

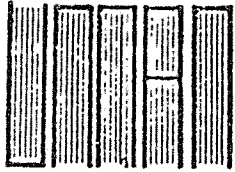
Consolidar la habilidad, la comprensión y la traducción de temas y asuntos escritos en inglés referidos a fenómenos sociales y especialmente de comunicación.

Mass Media II (IMPRESOS EN LA FACULTAD)



Gobierno del Estado de
Tamaulipas

DIRECCION GENERAL DE



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL N. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

TERCER TETRAESTRE

PSICOLOGIA SOCIAL

A través de analizar y explicar el campo de la psicología social, el alumno será capaz de identificar los conceptos y teorías relacionados con el nombre en su proceso social, basándose en los CONCEPTOS DE LA PSICOLOGÍA GENERAL?

LINDGREN, Henry Clay, introducción a la psicología social, 2a. -- Edición.

COMUNICACION SOCIAL II

El alumno conocerá los enfoques y las teorías cognocitivas de la comunicación.

Carter, Richard F., "Comunicación and affective relations", Journalism Quarterly, 42,3.203-212 1965.

Chanaffee, steven h., (sd) Political Communication, Babercly rills, CA., sage 1975.

TEORIA DE LA ADMINISTRACION

El alumno identificará a la administración como un sistema; conceptualizandp su definición teórica, distinguiendo los tipos de -- administración pública y privada, sus fines manejando los elementos del proceso administravito con los cuales podrá establecer metodos prácticoos para la consecución de sus objetivos particulares en su formación académica y profesional, considerando esta metodología como un proceso continuo y respectivo.

Reyes Ponce Agustín, primera y segunda parte de administración de empresas, teoría y práctica. ed. lumusa.

SEMINARIO DE REDACCION

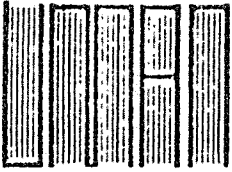
El alumno determinará la importancia del lenguaje, específicamente escrito, en la comunicación; podrá escribir descripciones, narraciones argumentaciones y exposiciones, así como cartas, memorandums informes asuntos avisos. circulares y boletines

Martín Vivaldi, G. Curso de redacción, ed. paranafo, Madrid 1980.

TEORIA ECONOMICA

El alumno comprenderá en su estudio e investigación de ciencia, -- conocerá el proceso histórico de la economía. comprenderá y analizará los diferentes principios de leyes que rigen a la economía, -- distinguiendo los varios tipos de empresas productoras, ya que son el centro de la actividad económica. la medición de la renta nacional y los diferentes aspectos políticos monetarios como el interés --

GOBIERNO DEL ESTADO
TAMAULIPAS
DIRECCION GENERAL DE
EDUCACION



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 27 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

primordial para las funciones del dinero y su uso en las sociedades económicas modernas.

Se pretende que al final del curso y con estos elementos de conocimiento, el estudiante pueda comprender y explicar la realidad económica de México.

Curso Elemental de economía.- H.N. Scott. Fondo de cultura económica.

APRECIACION ESTETICA

Integrar los conocimientos estéticos en el contexto cultural de cada alumno y favorecer el reconocimiento de esta relación como una exigencia de la cultura, Fortalecer y racionalizar en la medida de lo posible e; juicio estético del estudiante

Ediciones Catedra madrid

Willian Fleming Arte, Musica e Ideas Nueva editorial Interamericana México.

CUARTO TETRAESTRE

ESTADISTICA

Estadística descriptiva: organización, probabilidad conceptos básicos y teoremas variables funciones de probabilidad acumulada, valor esperado, varianza y teorema de Chevysheff. Variable aleatoria binomial Elementos de teoría de muestreo. Distribución de student Prueba de hipótesis Texto. Paul G Hoe., estadística elemental CECSA, 1979.

COMUNICACION MASIVA

El alumno conocerá los usos y los efectos de la comunicación masiva. Hiebert. R. E. y Bohn, T. W. Mass Media III Longman, Nueva York, -- 1982.

PROBLEMAS ECONOMICOS Y SOCIALES DE MEXICO.

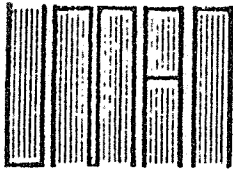
Al finalizar el curso, el alumno será capaz de identificar plenamente los principales problemas que aquejan al país en el presente.

Los alumnos deberán investigar los temas a través de revistas, periódicos o publicaciones especializadas realizar encuestas tanto a personas físicas como a organismos privados o públicos.



Gobierno del Estado de
Tamaulipas

DIRECCION GENERAL DE



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 354 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL II CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

FOTOGRAFIA BASICA

Brindar los conocimientos teórico-prácticos, que permitan al -
estudiante formular, elaborar e interpretar mensajes,
Texto base

Apuntes "Curso básico de fotografía para la comunicación visual"
Hinojosa, Carlos.

SOCIEDAD POLITICA DE MEXICO

Conocer y analizar los parámetros y características políticas -
sociales y culturales de la sociedad mexicana.

Analizar el papel que desempeña el sistema político dentro de -
la sociedad en general.

Conocer quien gobierna, quienes tienen acceso al poder y cuales
son las condiciones sociales de ese acceso.

Hansen Roger D. la política del desarrollo mexicano siglo XXI
Ed. México.

Smith, Peter los laberintos del poder.

PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION

El alumno, a partir de las definiciones de los conceptos de emi-
sor, mensaje, medio y receptor, distinguirá los factores que --
intervienen en el campo de las actitudes, en base a la percepción
agen del trabajo en equipo asta identificar hasta identificar los
factores que participan en el proceso/

Libro base. Maletke G. Psicología de la comunicación social, Ed.
Cierpal, Ecuador, 1976.

QUINTO TETRAESTRE

INTRODUCCION A LAS RELACIONES PUBLICAS

El alumno será capaz de definir comprender el concepto y las fun-
ciones de las relaciones publicas en empresas publicas y privadas
asi como sus elementos y politicas, además de la forma de rela-
ciones publicas. Jorge Rios Szalay.

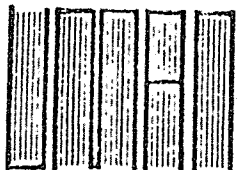
Relaciones publicas, principios, caos y problemas
Moore, Ed. C.E.C.S.A.

PUBLICIDAD I

El alumno conocerá ;ps aspectos generales de los procesos de la-
publicidad, Además se proporcionará la información adecuada para
la toma de decisiones, en cuantp afectan a los dist. procesos
publicitarios.

Gobierno del Estado de
Tamaulipas

DIRECCION GENERAL DE PROFESORES
2-20-16-2-20-02-2-20-21-2-20-31



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 334 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL II CONGRESO DEL ESTADO REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

Este programa es la primera parte de dos y tendrá su continuación en el semestre en donde se tratarán los temas de los procesos creativos, analizarán los diversos medios publicitarios y finalmente -- las técnicas de evaluación de la eficiencia publicitaria.

Publicidad comercial, Dorotoy chen. ed. Diana.
Seducción subliminal, Wilson Bray Key, Ed. Diana, 4a. Imp. 1981.
Introducción a la publicidad, A. J. Brewster, H.H. Palmer y otros.

PERIODISMO I

El alumno conocerá y analizará el periodismo como medio de información y enjuiciamiento de los hechos humanos de interés colectivo. Descubrirá la entrada de la NOTICIA como base del periodismo informativo.

El reportero profesional - Stanley Johnson y Julián Harris Editorial trillas. 1977

MERCADOTECNIA

En esta asignatura el alumno sabrá de la importancia que tiene la mercadotecnia en una institución, ya sea productora o de servicios. Las diversas actividades técnicas, tanto físicas como psicológicas de los consumidores.

Texto base; dirección de mercadotecnia Autor: Philip Kotler.
Textos complementarios - fundamentos de Marketing.

PSICOLOGIA DE GRUPOS

El alumno señalará los diferentes procesos de grupo en el inicio de la formación, e identificará los roles y las actividades de líder, así como los pasos para la resolución de problemas en equipo. Goldhaber Gerald. Comunicación organizacional. Ed. Logos, México - 1978.

FOTOGRAFIA I

El alumno conocerá y aplicará la técnica fotográfica en los diferentes campos de la práctica profesional.
The Techniques of photography, Time Life.
La otra Faz Kodak ediciones.



Gobierno del Estado de
Tamaulipas
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN DE



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

SEXTO TETRAESTRE

RELACIONES PUBLICAS INTERNAS.

El objetivo general es el que el alumno analice los conceptos que intervienen en el proceso de las relaciones industriales definiendo sus conceptos básicos, diferenciandolos de las relaciones publicas.

Psicología de la conducta industrial C. Smith y H. Wakeley Ed. --
Mc. Graw Hill
Apuntes dados en clase.

PUBLICIDAD II

En este curso, que es la segunda parte de la materia de publicidad, y estructurado como continuación del semestre anterior, el alumno conocerá los diversos procesos creativos aplicados en la eficiencia de la publicidad/
Publicidad comercial, Dorotoy Cohen Ed. Diana.

PERIODISMO II

El alumno será capaz de obtener información, opiniones y datos personales, a través de las entrevistas noticiosas, de opinión o de semblanza.

Borrego Salvador, Johnson, Stanley y otro: el reportero Profesional Edit Trillas.

MERCADOTECNIA II

El objetivo principal de este curso es que el alumno sea capaz de aplicar de manera práctica los conocimientos básicos o fundamentales de mercadotecnia. Apoyo principal los temas contenidos en el curso. Libro de Texto: dirección de mercadotecnia, análisis, planeación y control. 2a. y 3a. ed. Philip Kotler Ed. Diana.

ADMINISTRACION DE EMPRESAS I

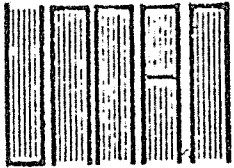
El alumno conocerá el proceso administrativo en sus funciones de:--
PLANEAR, ORGANIZAR, Las interrelaciones de las mismas como así --
también técnicas propias de ellas.

Kóontz C" Donnell.- curso de administración moderna.



Gobierno del Estado de
Tamaulipas

DIRECCION GENERAL DE



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL II CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1967 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

FOTOGRAFIA II

Brindar al alumno los elementos teorico que le permitan solucionar los problemas concretos aplicables a la fotografia publicitaria. La fotografia es fácil. Tomo VIII Editorial AFNA.

ADMINISTRACION DE EMPRESAS II

Aqui el alumno determinara las vias correctas para determinar una-organización dentro de sus conocimientos administrativos e inves--tigar los diferentes metodos para determinar que direcciones debe--tomar las alternativas que se presentan en la toma de decisiones--Administración Moderna Koontz y O' Dnnel.

SEPTIMO TETRAESTRE

RELACIONES PUBLICAS EXTERNAS

Que el alumno sea capaz de realizar las teorias motivacionales, -- identifique las variables del manejo de juntas, organizaciones de--eventos internos e internos/
Publicidad comercial dorotoy cohen Ed. Diana/

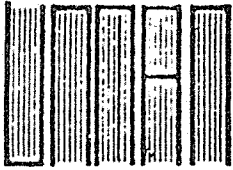
DISEÑO Y ANALISIS DEL MENSAJE PUBLICITARIO:

Como resultado de las actividades academicas y practicas realizadas en este curso/
de los conceptos así como el dominio de las técnicas correspondien--tes.
Texto Básico: Introduccion a la publicidad Brewstwee, Palmer e In--gramam Ed. CECSA 1980.
Textos complementarios La comunicación y los mass media Abrahan Moles ed. Mensajero 1975.

AUDIOVISUAL

El alumno estará capacitado y habilitado para hacer uso del medio -radiofonico, así como de cada una de las técnicas que se emplearán--para desarrollar el amplio mundo del periodismo radiofonico a través de lso distintos generos periodísticos.
Periodismo Radiofonico John F. Newan Edit. Limusa Mexico del Estado de Tamaulinas

DIRECCION GENERAL DE
EDUCACION Y CULTURA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL II CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PERIODISMO COMPARADO.

Comparar el sistema de redes informativas operantes a nivel nacional e internacional; como se practica la tarea informativa en distintos lugares y frente a distintos problemas, y las consecuencias derivadas para los sistemas sociales.

López Escobar, Esteban análisis del "NUEVO ORDEN" Internacional - de la formación ED. BUNSA La ed. Pamplina 1978

REGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Que el alumno conozca las disposiciones legales a que estará sujeto como profesional de la comunicación, la cuál le sería difícil comprender en toda su magnitud, ya que carece de los conocimientos necesarios para comprender en toda su esencia el estudio del derecho por lo que se lleva como libro de texto el libro de Jorge Pinto Maza; que se denomina "regimen Legal de los medios de comunicación colectiva" que en si mismo es una recopilación de las leyes que integran el derecho de la comunicación social.

ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS

El alumno será capaz de abalizar las teorías relacionadas con el comportamiento humano, estableciendo con aquellos elementos fundamentales en el trato donde los individuos: realizando análisis sobre casos prácticos/

Relaciones humanas. Luis Haro Leeb, Editorial Edicol.

Relaciones humanas social Murillo, editorial limusa.

OCTAVO TETRAESTRE

ORGANIZACION DE DEPARTAMENTOS Y AGENCIAS DE PUBLICIDAD

Los alumnos tomarán de varias alternativas la correcta, investigará y expondrá la resolución al problema del caso práctico en equipo.

fundamentalmente de Marketing J. Stanton 2a. ed. Mc. Grae Hill

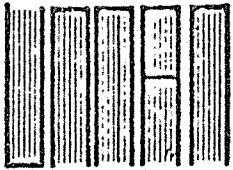
COMUNICACION ORGANIZACIONAL

Al terminar el siguiente curso, el alumno conocerá los descubrimientos teóricos fundamentales/ y será capaz de analizar los efectos del flujo de mensajes que se producen en los principales formatos de internación de una organización.

Goldhaber, Gerald M.- Comunicación organizacional, Ed. Logos, México. ----



Gobierno del Estado de
Tamaulipas
DIRECCION GENERAL DE
EDUCACION



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 27 DE 1963 DEL II CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1963 DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

AUDIOVISUAL II

Al final del curso el alumno conocerá, comprenderá y analizará las distintas maneras de realizar guines, de utilizar filtros y efectos especiales, el manejo de la realización de programas audiovisuales. La producción en multi-imagen. cuaderno de multivisión Audiovisual. apuntes en clase

OPINION PUBLICA

Al termina del curso el alumno será capaz de determinar el proceso de la opinión publica y los elementos inherentes a esta. así mismo aplicará estos conocimientos a través de análisis periodísticos y sondeo de opinión. CCESSIO, Carlos La opinión publica" Mex. 1958 Trillas, Buenos Aires, biblioteca del hombre contemporaneo

CREATIVIDAD PUBLICITARIA.

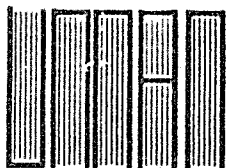
En este programa, se tratará de despertar en el alumno la inquietud creativa, guiandolo a aplicar los elementos fundamentales encabezados por el ejercicio mental al aspecto estetico y técnico. Guías completas de ilustración y diseno, T Dalley Ed. Blume.

ETICA PROFESIONAL

Que el alumno al terminar el presente curso tenga las nociones básicas de la ética, así como el enfoque centra su recomendación en el quehacer periodístico, involucra significativamente la actividad del comunicador-publi-relacionista y del comunicador-publicista. Luka Branjnovi. Deontologia Periódistica Ed. E.R.N.S.A.



Gobierno del Estado de
Tamaulipas
DIRECCION GENERAL DE
EDUCACION Y CULTURA



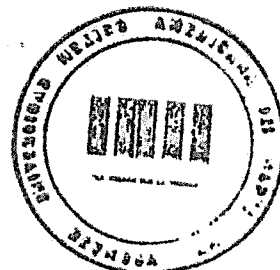
UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

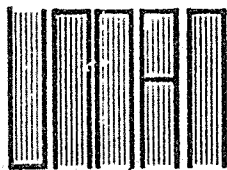
E S P A Ñ O L I.

El alumno conocerá y analizará las nuevas corrientes y conceptos que sobre el idioma y su estructura se nos plantean.

Así mismo pretende relacionarlo con los aspectos gramaticales que sobre el uso del Español se vierten, tratando al mismo tiempo que el estudiante amplie su lexico - y lo aplique correctamente en las distintas manifestaciones de la comunicación ya sea oral o escrita.



PLANEACION
ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

ESPAÑOL I PRIMER TETRAMESTRE L.C.C.

FUNDAMENTACION.- Al presentar el siguiente programa deseamos que el alumno no lo analice para poder comprender su contenido, sus objetivos y las distintas actividades que para el desarrollo del curso se plantean.

OBJETIVO GENERAL.-

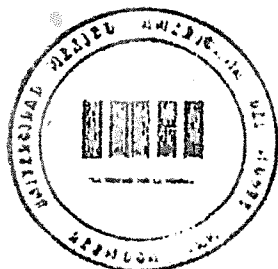
El presente curso tiene como finalidad que el alumno conozca y analice las nuevas corrientes y conceptos que sobre el idioma y su estructura se nos plantean; Así mismo pretenden relacionarlo con los aspectos gramaticales que sobre el uso del Español se vierten, tratando al mismo tiempo que el estudiante amplíe su léxico y lo aplique correctamente en las distintas manifestaciones de la comunicación ya sea oral o escrita.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

1. Comprenderá la formación, modalidades y transformación que el idioma ha sufrido a través del tiempo.
2. Conocerá el signo en general y el signo lingüístico con sus características.
3. Analizará el lenguaje, lengua y habla con sus distintas manifestaciones y características.
4. Explicará y comprenderá la función de la lingüística y el campo de algunas de sus principales ramas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.-

- 1.1. Explicará el origen del idioma.
- 1.2. Explicará la estructura del idioma
- 1.3. Describirá las transformaciones del idioma.
- 1.4. Distinguirá las características y modalidades del idioma. (p.734. y H. Raúl Avila)
- 2.1. Distinguirá entre signo en general y signo lingüístico. (P.II.L y H. Raúl Avila P.I H.B.)
- 2.2. Identificará los distintos tipos de signos. (P. 12 Ly H. Raúl Avila)
- 2.3. Caracterizará el signo lingüístico identificándolo con la palabra. (P.I9. L y H. Raúl Avila P.3 H.B.)
- 2.4. Explicará cada uno de los campos característicos del signo lingüístico. (P. 21. L. y H. Raúl Avila P.4 H.B.)

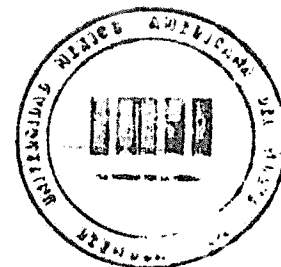


PLANEACION
ACADEMICA

- 2.5 Enunciará los distintos contextos para determinar la significación del signo lingüístico. (P.27. LyH. Raúl Avila P. 3 H.B.)
- 3.1 Explicará el lenguaje y tipos de lengua. (P.41 L.yH. Raúl Avila P. 13 H.B.)
- 3.2 Describirá la estructura y características de la lengua. (P. 40 L.y H. Raúl Avila P. 14 H.B.)
- 3.3. Explicará en que consiste la primera y segunda articulación de la lengua. (P.15. L. y H. Raúl Avila P. 6 H. y B)
- 3.4. Describirá la lengua como un sistema de función — como un código. (P° 50 L y H. Raúl Avila P. 14 HyB)
- 3.5 Identificará los elemnetos que intervienen en el proceso de la comunicación a través de la lengua. (P.19 L yH. Raúl Avila P. 14 H y B)
- 3.6 Distinguirá las distintas funciones de la lengua. (P. 60 L.y H. Raúl Avila P.15 H. y B.)
- 3.7 Explicará qué es el habla. (P.50 L. y H. Raúl Avila P. 14 H y B.)
- 3.8 Identificará al hablante. (P. 59 L. y H. Raúl Avila . P.16 H. y B.)
- 3.9 Definirá el mensaje. (P.16 L. y H. Raúl Avila P. y H B)
- 4.1 Definirá la lingüística. (P. 15 L'y H. Raúl Avila P y H.b.)
- 4.2 Distinguirá entre un estudio crónico y otro diacrónico. (P.19 H.B.)
- 4.3 Enumerará la más importantes ramas de la lingüística y sus funciones (P.20 H.B.)
- 4.4 Definirá la semántica y la gramática. (P.37 L. y H. Raúl Avila P. 38 H.B.)
- 4.5 Explicará la estrecha relación entre la gramática y la semántica. (P.37 L. y H. Raúl Avila P.39 H.B.)
- 4.6 Distinguirá entre sonido y fonema. (P.53 L. y H. Raúl Avila P. 33 H.B.)
- 4.7 Distinguirá entre paradigma y sintagma. (P. 53 L. y H Raúl Avila P.48 H.B.)
- 4.8 Explicará las relaciones paradigmáticas y sintagmáticas de la lengua. (P. 53 L. y H. Raúl Avila P. 49 H. B)
- 4.9 Distinguirá entre fonema, lexema, gramatical, sintagma y discurso. (P.50,51 L. y H. Raúl Avila P.55 H.B.)

TEMARIO.-

1. Origen del Español
2. Transformaciones del idioma
3. Características del idioma
4. Modalidades del idioma
 - a) Geográficas
 - b) Históricas
 - c) Sociales
 - d) Uso lingüístico.
5. Signo y los signos
 - a) Signo en general
 - b) Signos segun la forma en que se presentan
 - c) Signos segun en la forma en que se perciben
 - d) Signos segun su función
6. Signo lingüístico y palabra
7. Características del signo lingüístico
 - a) Arbitrario
 - b) Indivisible
 - c) Bifásico
 - d) Lineal
 - e) Convencional
8. Significado y contexto
 - a) Contexto semántico
 - b) Contexto situacional
 - c) Contexto Físico
 - d) Contexto cultural



PLANEACION
ACADEMICA

9. Lenguaje
10. Lengua
 - a) Estructura
 - b) Características
11. Las lenguas y su organización
12. Factores que intervienen en el proceso de la comunicación a través de la lengua.
13. La comunicación lingüística y sus funciones
 - a) referencial
 - b) Apelativa
 - c) Sintomática
 - d) Metalingüística
 - e) Fática
 - f) Poética
14. Habla
15. Lingüística
16. Lingüística diacrónica
17. Lingüística sincrónica
18. Semántica
19. Gramática
20. Semiótica
21. Fónica
22. Fonología
23. Paradigma y sintagma
24. Relaciones paradigmáticas y sintagmáticas de la lengua
23. Segmentos del discurso.

Metodología.-

Para el desarrollo del programa presentado se utilizará la investigación, la consulta y la exposición de cada uno de los temas presentados. Así mismo, se realizará laboratorios para determinados temas.

EVALUACION.-

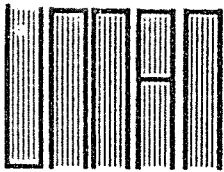
La evaluación del curso se llevará a cabo mediante la aplicación de dos exámenes parciales, que comprenderá la tercera parte del programa cada uno de ellos. Al finalizar el curso se presentará un trabajo de investigación sobre cualquiera de los temas presentados en el programa, que el maestro señale previamente a cada alumno.

BIBLIOGRAFIA BASICA.-

Avila Raúl. La lengua y los Hablantes. Editorial Trillas
 Beristain Helena. Gramática Estructural de la Lengua Española. Dirección General de Publicaciones U.N.A.M.
 Ortuño Martínez Manuel. Teoría y Práctica de la Lingüística Moderna, Editorial. Editorial Trillas.



PLANEACION
ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

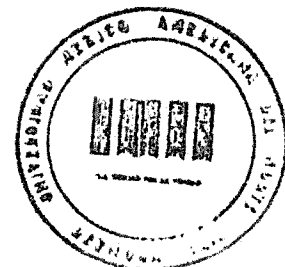
VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 28 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

PROGRAMA DE ESPAÑOL I. FAC. DE L.C.C. I

OBJETIVOS DE LA MATERIA: Que el alumno conozca y analice las nuevas corrientes y conceptos que sobre el idioma y su estructura se nos plantean. Asi mismo, pretende relacionarlo con los aspectos gramaticales que sobre el uso del Español se vierten, tratando al mismo tiempo que el estudiante amplie su lexico y lo aplique correctamente en las distintas manifestaciones de la comunicacion ya sea oral o escrita.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 1.- ORIGEN DEL ESPAÑOL.
 - 1.1.- TRANSFORMACIONES DEL IDIOMA
 - 1.2.- CARACTERISTICAS DEL IDIOMA
 - 1.3.- MODALIDADES DEL IDIOMA.
 - a) GEOGRAFICAS
 - b) HISTORICAS
 - c) SOCIALES
 - d) USO LINGUISTICO
- 2.- EL SIGNO Y EL SIGNO LINGUISTICO..
 - a) SIGNO EN GENERAL
 - b) SIGNOS SEGUN LA FORMA EN QUE SE PERCIBEN
 - c) SIGNOS SEGUN LA FORMA EN QUE SE PRESENTAN
 - d) SIGNOS SEGUN SU FUNCION.
 - e) SIGNOS LINGUISTICO IDENTIFICANDOLO CON LA PALABRA
 - f) RASGOS CARACTERISTICOS DEL SIGNO LINGUISTICO
- 3.- SIGNIFICADO Y CONTEXTO
(CONTEXTOS: SEMANTICO, SITUACIONAL, FISICO Y CULTURAL)
- 4.- SIGNO LINGUISTICO Y PALABRA
- 5.- LENGUAJE
- 6.- LENGUA
- 7.- LAS LENGUAS Y SU ORGANIZACION
- 8.- FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE LA COMUNICACION A TRAVEZ DE LA LENGUA.
- 9.- LA COMUNICACION LINGUISTICA Y SUS FUNCIONES.
- 10.- EL HABLA
- 11.- LINGUISTICA
- 12.- LINGUISTICA DIACRONICA
- 13.- LINGUISTICA SINCRONICA
- 14.- SEMNATICA"



PLANEACION
ACADEMICA

- 15.- GRAMTICA
- 16.- SEMIÓTICA
- 17.- FONETICA
- 18.- FONOLOGIA
- 19.- PARADIGMA Y SINTAGMA (SUS RELACIONES EN LA LENGUA)
- 20.- SEGMENTOS DEL DISCURSO.

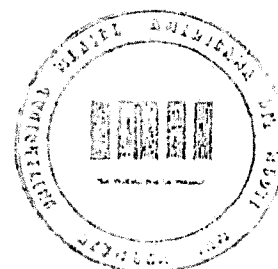
METODOLOGIA: Para el desarrollo del programa se utilizara la investigacion, consulta y la exposicion de cada uno de los temas presentados, asi mismo, se realizaran laboratorios para determinados temas.

BIBLIOGRAFIA:

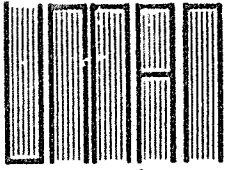
A U T O R	L I B R O	E D I T O R I A L
AVILA RAUL	LA LENGUA Y LOS HABLANTES	TRILLAS
BERISTAIN HELENA	GRAMATICA ESTRUCTURAL DE LA LENGUA ESPAÑOLA.	DIRECCION GENERAL DE PUBLICACIONES UNAM.
ORTUÑO MARTINEZ MANUEL	TEORIA Y PRACTICA DE LA <u>LIN</u> GUISTICA MODERNA.	TRILLAS

" LA VERDAD POR LA VERDAD"

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA



PLANEACION ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

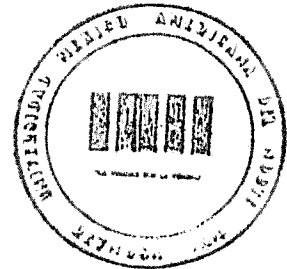
VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 304 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

2
JF

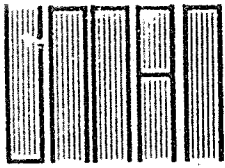
L I T E R A T U R A C A S T E L L A N A

(LCC1012)

Comprenderá los distintos elementos conceptuales de diferentes épocas en la obra literaria castellana a través de su relación histórica, distinguiendo la realidad - que presenta el Autor Literario a través de su obra, mediante el análisis de textos.



PLANEACION
ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE LITERATURA CASTELLANA.-

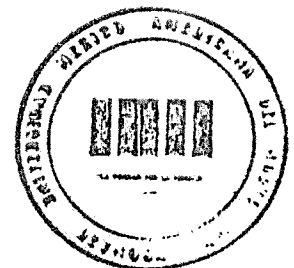
FAC. DE L.C.C. I

OBJETIVO GENERAL:

Comprendera los distintos elementos conceptuales de diferentes epocas en la obra literaria castellana a traves de su evolucion historica, distinguiendo la realidad que presenta el autor literario a traves de su obra, mediante el analisis de textos.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- DEFINICION DE LITERATURA.
- 2.- LOS PRIMITIVOS TEXTOS ESPAÑOLES.
 - a) JARACHES MOZARABES
 - b) GLOSAS EMILIANENSES Y SILENCES
 - c) AUTO DE LOS REYES MAGOS.
 - d) POEMA DEL MIO CID.
- 3.- LITERATURA MEDIEVAL.
 - a) MESTER DE JUGLARIA
 - b) MESTER DE CLERECIA
 - c) POEMA DEL MIO CID
 - d) LIBRO DEL BUEN AMOR
- 4.- RENACIMIENTO LITERARIO.
 - a) RECORRIDO HISTORICO
 - b) RECORRIDO LITERARIO
 - c) LA CELESTINA
 - d) EL BURLADOR DE SEVILLA
- 5.- RESUMEN DE LA HISTORIA DE LA LITERATURA CASTELLANA
- 6.- ANALISIS LITERARIO.
 - a) TEMA b) ARGUMENTO c) PERSONAJES d) ESPACIO Y TIEMPO
 - e) SIMBOLOS f) CLASES DE CRITICA LITERARIA g) OPINION PERSONAL



PLANEACION

7.- FUNCIONES DE LA LITERATURA

- a) SINFRONISMO
- b) EVASION
- c) FUNCION LUDICA
- d) COMPROMISO
- e) ANSIA DE INMORTALIDAD
- f) SIMBOLOS
- g) CLASES DE CRITICA LITERARIA.

METODOLOGIA:

La mayor parte de la expuesta por el maestro, despues de motivar al alumno a participar los primeros 10 o 15 minutos de clase, para que esten enterados del tema expuesto y -- tengan oportunidad de aportar ante sus compañeros sus propias investigaciones. Cuando el tema lo amerite se aplicaran en el grupo dinamicas como: lluvias de ideas, corrillos o mesas redondas, esto hace que el alumno sienta confianza de expner y lo estimula a - seguir investigando.

BIBLIOGRAFIA BASICA.

L I B R O	A U T O R	E D I T O R I A L
POEMA DE MIO CID	ANONIMO	PORRUA
EL BURLADOR DE SEVILLA	MOLINA TIRSO, DE	APUNTES
LA CELESTINA	ROJAS, FERNANDO DE	ESPASA CALPE (O CUALQUIER OTRA)
LIBRO DE BUEN AMOR	RUIZ JUAN, ARCIPESTRE DE HITA.	PORRUA COL. SEPAN CUANTOS

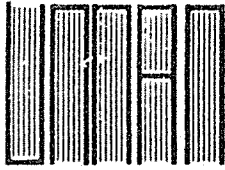
BIBLIOGRAFIA DE APOYO:

ANTIGUA POESIA ESPAÑOLA, LIRICA Y NARRATIVA.	ALVAR, MANUEL	PORRUA, COL. SEPAN CUANTOS
EL ANALISIS LITERARIO	ALVAR MANUEL	NOVA, BUENOS AIRES
LA LITERATURA EN SUS FUENTES	MONTE DE OCA, FCO.	PORRUA, MEXICO.
ENSAYO DE UN DICCIONARIO DE LA LITERATURA, TERMINOS, ISMOS Y CONCEPTOS.	SAINZ DE REOBLES	AGUILAR.
SENDA DE LA LITERATURA No. 7	SANTILLANA	SANTILLANA, ESPAÑA.

" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION





UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

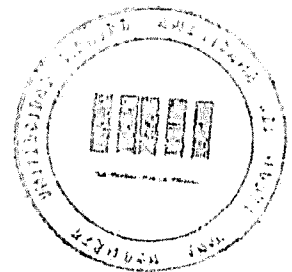
VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 344 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO AMTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

08

METODOLOGIAS DE LAS CIENCIAS SOCIALES

El alumno comprenderá las consideraciones que -
inciden en cada uno de los estudios del proceso de reco-
gida de datos relacionados con los fenómenos sociales.

Conocerá la filosofía de la ciencia que sustenta
al proceso de la investigación y la unidad intelectual de
la investigación y del pensamiento formal, los métodos de
investigación son una extensión de éste último.



PLANEACION
ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE METODOLOGIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES.

FAC. DE L.C.C. I.

OBJETIVOS GENERALES:

- 1.- El alumno comprendera las consideraciones que inciden en cada uno de los estadios del proceso de recogida de datos relacionados con los fenomenos sociales.
- 2.- Conocera la filosofia de la ciencia que sustenta el proceso de la investigacion y la unidad intelectual de la investigacion y del pensamiento formal; los metodos de investigacion son una extension de este ultimo.

OBJETIVOS PARTICULARES:

I.-POR QUE INVESTIGAR.-

- A.- Las funciones de la investigacion
- B.- Algunos usos sociales de la investigacion social.
- C.- La importancia de saber como se realiza la investigacion.
- D.- Etapas fundamentales en la Investigacion.

II.- LA LOGICA DEL ANALISIS.

- A.- LA ciencia como una estrategia para la explicacion cientifica.
 - 1.- El desarrollo de teorias por medio de la imaginacion y la intuicion.
 - 2.- Analisis logico en sentido ideal
 - 3.- La situacion real, como opuesta al ideal.
 - 4.- Observacion y evidencia.
- B.- Como teorizar
 - 1.- La explicacion cientifica.
 - 2.- Reconstruccion de una explicacion
 - 3.- Invencion de explicaciones cientificas.
 - 4.- Refinado de una explicacion cientifica.
 - 5.- Analisis conceptual.
 - 6.- Elaboracion teorica.
 - 7.- Retroduccion
- C.- Verificacion de la Hipotesis.
 - 1.- Teoria de la medida
 - 2.- Unidades de analisis
 - 3.- Elboracion de relaciones
 - 4.- Replicas y ampliaciones.
- D.- Verificacion y Falsificacion.

III.-SELECCION Y FORMULACION DE UN PROBLEMA DE INVESTIGACION.

- A.- Seleccion de un tema para investigacion.
 - 1.- El papel de los propios valres en la seleccion de un tema para investigacion
 - 2.- Los propios valores y los resultados de la investigacion.
- B.- Formulacion del problema de investigacion.
 - 1.- Estudio de la teoria y de la investigacion realizada sobre el tema.
 - a) Examen de teorias que pueden ser relevantes.
 - b) Examen de previas investigaciones.



PLANEACION
ACADEMICA

III.- CONTINUACION.

- C.- Definicion de conceptos y descision de las operaciones para representarlos.
- D.- Conexion de un estudio con otros conocimientos.
- E.- Determinacion de la viabilidad de un proyecto.
 - 1.- Alcance del problema
 - 2.- tiempo
 - 3.- Fondos
 - 4.- Cooperacion de los demas
 - 5.- Posibilidad de conseguir individuos para investigacion
 - 6.- Materiales
 - 7.- Evitacion de problemas
 - 8.- Decision de abandonar o modificar.
- F.- Consideracion de la etica de un estudio.

IV.- ESQUEMA DE INVESTIGACION ESTUDIOS EXPLORATORIOS Y DESCRIPTIVOS.

- A.- Estudios formulativos o exploratorios.
 - 1.- El estudio de la bibliografia
 - 2.- La revision de la experiencia
 - 3.- El analisis de ejemplos de "Estimulacion Interior"
- B.- Estudios descriptivos.
 - 1.- Formulacion de los objetivos del estudio
 - 2.- Designacion de los metodos de recogida de datos.
 - 3.- seleccion de la muestra.
 - 4.- Recogida y comprobacion de datos.
 - 5.- Analisis de los resultados.
- C.- Problemas de perspectiva.

BIBLIOGRAFIA.-

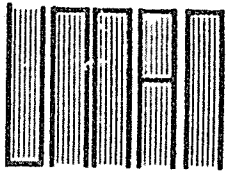
L I B R O	A U T O R	E D I T O R I A L
METODOS DE INVESTIGACION EN LAS RELACIONES SOCIALES.	CLAIRE SELLTIZ, LAWRENCE	ED. RIALP S.A. 9 EDICION
EL TRABAJO INTELECTUAL	JEAN GUITTON	ED. RIALP S.A.

" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION



PLANEACION ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

ANTROFOLOGIA SOCIAL

La comprensión de la problemática y conceptos de la Antropología Social.

Introducción al ámbito de la Antropología Social - revisar la diferenciación social, tanto por el sexo, como por la edad, rango, jerarquía o costa.

Comprensión de lo concerniente al parentesco y la descendencia humana.

Análisis de todos los aspectos importantes del sexo, el matrimonio y la familia.

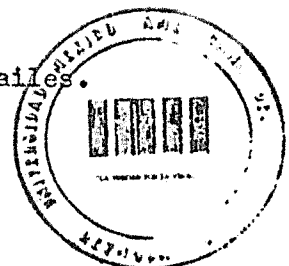
Exposición de diversos puntos de vista sobre creencias, tontenismo, religión, y magia.

Confortar los aspectos de la religión con la sociedad.

Discurrir sobre todo lo relacionado con cambios sociales, pasados y actuales.

Reconocimiento de las áreas de aplicación de la Antropología.

Reconocimiento de las relaciones interraciales.



PLANEACION

VI.- LA RELIGION Y LA SOCIEDAD:

OBJETIVO PARTICULAR: Confrontar los aspectos de la religion con la sociedad.

- 1.- Ritos de Pasaje"
 - 2.- El ritual y la Estructura Social
 - 3.- Rituales Expiatorios
 - 4.- Los mediums y adivinadores
 - 5.- La brujeria
 - 6.- Los cultos milenarios
 - 7.- El mito
- Ilustraciones, folletos, discusiones en general.

VII.- EL CAMBIO SOCIAL:

OBJETIVO PARTICULAR: Discurrir sobre todo lo relacionado con cambios sociales, pasados y actuales.

--- Ejercicios aceptables.

VIII.- LA ANTROPOLOGIA APLICADA:

OBJETIVO PARTICULAR: Reconocimiento de las areas de aplicacion de la antropologia.

--- Discusion por grupos.

IX.- LAS RELACIONES ENTRE LAS RAZAS:

OBJETIVO PARTICULAR: Reconocimiento de las relaciones interraciales.

--- Comentarios sobre libros, revistas y peliculas.

BIBLIOGRAFIA:

L I B R O

A U T O R

E D I T O R I A L

INTRODUCCION A LA ANTROPOLOGIA
SOCIAL.

LUCY MAIR

ALIANZA UNIVERSIDAD

" LA VERDAD POR LA VERDAD "

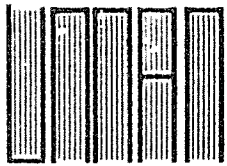
DIRECCION

DE

PLANEACION



PLANEACION
ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE ANTROPOLOGIA SOCIAL FAC. DE L.C.C. I

OBJETIVO GENERAL.- La comprension de la problematica y conceptos de la Antropologia Social.

I.-QUE ES LA ANTROPOLIGA SOCIAL:

Objetivo Particular: Introudccion al ambito de la Antropologia Social.

- 1.- Diferencias entre las sociedades.
- 2.- El ambito de la Antropologia social.
- 3.- Algunos terminos claves.

II.- LA DIFERENCIACION SOCIAL.

OBJETIVO PARTICULAR: Revisar la diferenciacion social, tanto por el sexo como por la edad, rango, jerarquia o casta.

- 1.- Diferenciacion por el sexo
 - 2.- Diferenciacion por la edad
 - 3.- Rango, jerarquia, estratificacion
 - 4.- La casta
 - 5.- Divisiones duales
 - 6.- Las asociaciones
- Ejercicios propios del tema.

III.- PARENTESCO Y DESCENDENCIA:

OBJETIVO PARTICULAR: Comprension de lo concerniente al parentesco y la descendencia humana.

- 1.- Realizacion individual del arbol genealogico de cada alumno.

IV.- SEXO, MATRIMONIO Y FAMILIA:

OBJETIVO PARTICULAR: Analisis de todos los aspectos importantes del sexo, el matrimonio y la familia.

- 1.- El incesto y la exogamaia
 - 2.- Matrimonios prescritos y preferentes
 - 3.- Que es el Matrimonio?
 - 4.- Los padres por poder
 - 5.- La familia
 - 6.- Los afines
 - 7.- Terminologia del parentesco.
- Dinamica de Ilustracion al tema.

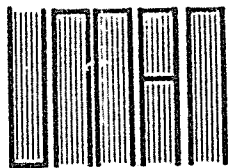
V.- QUE ES LA RELIGION?

OBJETIVO PARTICULAR: Exposicion de diversos puntos de vista sobre creencias, totemismo, religion y magia.

- 1.- La religion como sistema de creencias
 - 2.- El totemismo
 - 3.- La religion como hecho social
 - 4.- La religion y la magia
- Discusion de distintas religiones (Grupos pequenos)



PLANEACION
ACADEMICA



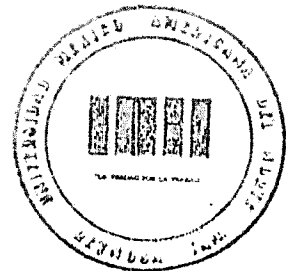
UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 304 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

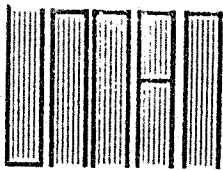
PRINCIPIOS GENERALES DEL DERECHO.

La carrera de Ciencias de la Comunicación, pre
para profesionales cuyo campo de acción en la sociedad en que
vivimos, es necesario que el futuro profesionista, aunque sea
de una manera general conozca el campo en que se va ha desa
rrollar.

El objetivo de la materia de Introducción al estu
dio del Derecho, cumple con la función de mostrar al alumno,--
desde el punto de vista jurídico, la sociedad en que va ha -
ejercer, además de sentar las bases para el aprendizaje de las
materias de carácter jurídico que se verán en tetramestre sup
riores.



PLANEACION
ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE PRINC. GENERALES DEL DERECHO FAC. DE L.C.C. I

OBJETIVOS GENERALES:

La carrera de Ciencias de la Comunicacion, prepara profesionales cuyo campo de accion ea la sociedad en que vivimos, es necesario que el futuro profesionista, aunque sea de na manera general conozca el campo en el que se va a desarrollar.

El objetivo de la materia de Introduccion al Estudio del Derecho, cumple con la fun-- cion de mostrar al alumno, desde el punto de vista juridico, la sociedad en la que va a ejercer, ademas de sentar las bases para el aprendizaje de las materias de caracter juridico que se veran en tetramestres superiore.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Conocera las diferencias que existen entre el Derecho y otras normas como: mora- les, de trato social, etc. las fuentes de las que se provee el Derecho para cum- plir sus fines, la clasificacion del Derecho y la definicion de los hechos y ac- tos juridicos y la ley.
- 2.- Comprendera la organizacion del Estado Mexicano y las funciones de cada uno de - los tres poderes que lo integran, asi como las garantias individuales.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 1.1.- Reconocera las distintas relaciones que establece el individuo en su ambito so- cial.
 - 1.2.- Definira los conceptos: Derecho, Norma Juridica y Ley.
 - 1.3.- Reconocera la diferencia entre normas juridicas y otros tipos de normas a par-- tir del tipo de sancion.
 - 1.4.- Diferenciara entre Derecho Natural y Derecho Positivo.
 - 1.5.- Conocera las fuentes del Derecho, su jerarquizacion y codificacion.
 - 1.6.- Enunciara la clasificacion del Derecho y sus divisiones, con relacion a nuestra organizacion politica.
 - 1.7.- Reconocera la diferencia entre hecho y actos juridicos señalando los elementos y requisitos de existencia y de validez de los actos juridicos.
 - 1.8.- Diferenciara los actos puros simples y sus modalidades.
 - 1.9.- Describira las teorias de inexistencia y nulidad de los actos juridicos y sus e- fectos.
 - 1.10- Conocera la definicion y características de la Ley, su aplicacion en el espacio y en el tiempo. Retroactividad e interpretacion de la ley.
-
- 2.1.- Diferenciara los elementos que componeen el Estado Mexicano, como son: Poblacion territorio y gobierno.
 - 2.2.- Diferenciara lso elementos que componene el Estado Mexicano, como son: Poblacion Territorio y gobierno.
 - 2.3.- Conocera la forma de organizacion del Poder Legislativo Federal, funcionamiento de las camaras de Diputados, Senadores y del Congreso de la Union.
 - 2.4.- Diferenciara las facultades de cada una de las Camaras, Congreso y la Comision- Permanente.

OBJETIVO 3.-

- 3.1.- Señalara problemas de definicion de la comunicacion
- 3.2.- Señalara la comunicacion como progreso
- 3.2.1.- El maestro entregara a los alumnos ejercicios de observacion
- 3.3.- Definira la comunicacion como producto
- 3.4.- Señalara teroias sociales de la comunicacion
- 3.5.- Expondra el modelo de Newcomb
- 3.6.- Expondra el modelo de corrientacion
- 3.7.- Expondra la comunicacion en los sitemas sociales
 - 1.- Expondra el modelo de las pautas de comunicacion de la familia.
- 3.8.- Señalara el enfoque psicologico.
- 3.8.1.- Expondra el modelo de usos y gratificaciones.
- 3.9.- Expondra la difusion de innovaciones
- 3.10- Expondra el liderazgo de opinion
- 3.11. Expondra la comunicacion intercultural
- 3.12.- Expondra la relacion entr comunicacion y desarrollo economico.
- 3.13.- Expondra la comunicacion en comunidades.

BILIOGRAFIA.-

- Becker, Lee Mccomb & McLeod. "El desarrollo del conocimiento Politico" Ed. Steven H Cha
ffee Political Communication, Sage Publications, Beverlly Hills, CA. 1975.
- Blumler, Jay y Katz, elihu, The Uses of Mass Communication, Vol. 3 Sage Annual Reviews o
of Communicatios Research, Beverly, Hills, C.A 1974.
- Bunge, Mario. La Investigacion Cientifica. riel, Barcelona 6a Edicion 1979
- Celine, Louis Ferdinand, Semmelweiss, Alianza Editorial No. 141 Libros de bolsillo Madrid
- Chaffe, Steven H. "El contexto interpersonal de la Comunicacion Masiva" en Kline, F. ----
Gerald y Tichenor, Phillips J (ed) Current Perspectives in Mass Communication Re
search, Sage Annual Reviews of Communication Research. Vol. 1 Beverly Hills CA
- DeFleur. Melvin. L. Teorias de la comunicacion Maisva, Paidos, buenos Aires, Argentina-
1950.
- Ettema J.S y Kline F.G. "Deficits, diferencias y topes", communication Research
- Lopez Escobar Esteban y Alban d'Entremont, "Comunicacion Colectiva y desarrollo socioe--
conomico, cambio social, informacion y libertad" Nuestro Tiempo Vol 25 1978
- McLeod, Jack y Chaffee, Steven "The construction of social reality" en J. Tedeschi(ed)
The social influence precesses 1972.
- McLunan. Marshal. "la comprension de los medios como extensiones del hombre, diana Mexi
co 1977.

" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA.-

- 2.5.- Explicara el contenido de los 29 articulos constitucionales que contienen las garantias individuales.
- 2.6.- Conozera los derechos y obligaciones de lso ciudadanos Mexicano y las consecuencias de su violacion.
- 2.7.- Diferenciara los conceptos de atribucion, funcion y servicio publico dentro de la actividad del Estado.
- 2.8.- Identificara las formas de organizacion, administracion y la rama del Derecho que la rige.
- 2.9.- Explicara la integracion del Poder Ejecutivo Federal, sus atribuciones y facultades
- 2.10- Diferenciara la organizacion de los Estados Unidos miembros de la Federacion con la Organizacion del Estado Mexicano.

M E T O D O L O G I A.-

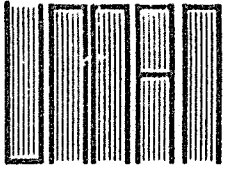
- 1.- Exposicion del Maestro
- 2.- Intervencion del alumno
- 3.- Dinamica de Grupos
- 4.- Investigacion del alumno.

BIBLIOGRAFIA:

L I B R O	A U T O R	E D I T O R I A L.
ELEMENTOS DEL DERECHO	EFRAIN MOTO SALAZAR	ED. PORRUA S.A.
INTRODUCCION AL DERECHO Y LECCIONES DE DERECHO CIVIL	EDGARDO PENICHE LOPEZ	ED. PORRUA S.A.
CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.		

" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

LCC 1010 

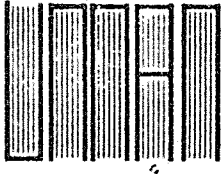
TEORIA DE LA COMUNICACION.

El alumno dentro la capacidad de señalar -
los criterios formales de una teoría científica y los sa
bra aplicar a modelos básicos de la comunicación.

Conocerá los criterios formales de una teo
ría científica.

Conocerá 3 tipos de explicaciones diferentes.

Definirá explicaciones demográficas, etc.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE TEORIA DE LA COMUNICACION.

FAC. DE L.C.C. I

OBJETIVO GENERAL:

El alumno dentro de la capacidad de señalar los criterios formales de una teoría científica y los sabrá aplicar a modelos básicos de la comunicación.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Conocerá los criterios formales de una teoría científica
- 2.- Conocerá tres diferentes tipos de explicaciones
- 3.- Aplicará el siguiente esquema a cada modelo de la comunicación
 - A.- Conocerá las presuposiciones del modelo
 - B.- Definirá los conceptos claves del modelo
 - C.- Conocerá las relaciones entre los conceptos claves del modelo
 - D.- Señalará el tipo (o tipos) de explicación (es) que abarca el modelo y justificará su clasificación.
 - E.- Conocerá la(s) hipótesis del modelo
 - F.- Conocerá los hallazgos empíricos del modelo y señalará si hay evidencias a favor o en contra de la(s) hipótesis.

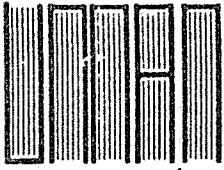
OBJETIVOS ESPECIFICOS:

OBJETIVO 1.-

- 1.1.- Definirá que es una teoría, distinguirá entre proposiciones teóricas y empíricas
- 1.2.- Señalará la verificación y refutación de teorías con observaciones
- 1.3.- Definirá que es una variable, señalará los tipos de variable, conocerá los factores de causalidad.
- 1.4.- Definirá concepto-tipo, conocerá niveles de generalidad y niveles de crítica.
- 1.5.- Conocerá tipos de hechos, expondrá seis doctrinas de observabilidad

OBJETIVO 2.-

- 2.1.- DEFINIRÁ EXPLICACIONES DEMOGRAFICAS
 - 2.1.1.- EJERCICIO voluntario.
 - a) ¿Que fenómenos se explican con estas teorías?
 - b) ¿Cuales son los tipos de gentes que debemos especificar?
 - c) ¿Cuales son los factores de proporcionalidad?
 - d) ¿Cuales son los puntos fuertes y débiles a una explicación demográfica?
¿Que fenómenos de los medios masivos de la comunicación masiva se pueden explicar con este tipo de teorías?
 - 2.2.- Definirá explicaciones funcionales.
 - 2.2.1.- Ejercicio voluntario.
 - a) ¿Como se puede identificar que clase de evidencias se necesita para poder aseverar que algo es funcional, disfuncional o irrelevante?
 - 2.3.- Definirá explicaciones historicistas
 - 2.3.1.- Ejercicios voluntarios.
 - a) ¿Que es una repetición?
 - b) ¿Que es una variación?
 - c) ¿Que es una función?
 - d) ¿Como explica el cambio social, una perspectiva historicista?



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

LCC 1017

INGLES I Y II

Al terminar el curso, el alumno estará capacitado para hacer uso de las distintas normas gramaticales.

Así como conceptualizar las expresiones básicas, técnica de Ingles en las Ciencias de la Comunicación



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE INGLES I Y II. FAC. DE L.C.C. I

OBJETIVOS GENERALES:

Al terminar el curso, el alumno estara capacitado para hacer uso de las distintas normas gramaticales. asi como conceptualizar las expresiones basicas, tecnicas del ingles en las Ciencias de la Comunicacion.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Aplicara las distintas reglas gramaticales en la elctura y escritura del idioma ingles.
- 2.- Aplicara conceptos metodologicos basicos en ingles, utilizados en periodismo.
- 3.- Aplicara conceptos metodologicos basicos en ingles, utilizados en la teoria de la informacion.
- 4.- Aplicara conceptos metodologicos basicos en ingles, utilizados en los medios de - comunicacion.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

OBJETIVO 1.-

- 1.1.- Reconocera los dinstintos tipos de pronombres
- 1.2.- Utilizara el uso del verbo TO BE en tiempo presente
- 1.3.- Utilizara el suo de las expresiones de cantidad THERE IS -TEHRE ARE.
- 1.4.- Usara el verbo TO BE en tiempo pasado
- 1.5.- Señalara y utilizara con propiedad y en tiempo pasado las expresiones de cantidad THERE WAS - THERE WERE
- 1.6.- Explicara el uso del gerundio ING en tiempo presente y pasado.
- 1.7.- Explicara el presente y pasado progresivo
- 1.8.- Explicara el uso de los auxiliares DO, DOES, DID.
- 1.9.- Utilizara reglas que aplican a la tercera persona singular tiempo presente
- 1.10- Utilizara las expresiones interrogativas WHAT, WHEN, WHERE, WHO, WHY, HOW
- 1.11- Explicara el tiempo futuro simple
- 1.12- Explicara el tiempo futuro progresivo e idiomático
- 1.13- Explicara el uso del presente y pasado perfecto: Auxiliar HAVE, HAS, HAD.
- 1.14- Explicara el uso de los auxiliares CAN, MAY, SHOULD, OUGHT TO, MUST COULD MIGHT, SHOULD HAVE, OUGHT TO HAVE, HAVE TO o HAD TO.

OBJETIVO 2.-

- 2.1.- Explicara que tipo de profesion es el fenomeno
- 2.2.- Explicara los niveles de verdad que maneja el periodismo
- 2.3.- Explicara las limitaciones que existen en el periodismo
- 2.4.- Explicara las responsabilidades del periodista y editor.
- 2.5.- Explicara los ideales que maneja el periodista'
- 2.6.- explicara los tipos de periodismo que existen.

OBJETIVO 3.-

- 3.1.- Explicara el sistema de la comunicación en terminos tecnico y generales.
- 3.2.- Utilizara terminologia mecanística
- 3.3.- Utilizara los sinonimos que existen en la teoria de la informacion
- 3.4.- Explicara la importancia y uso especifico de los siguientes conceptos:
 - a) Cloze-procedure
 - b) Clozenthropy
 - c) Entropy
 - d) Uncertainty

3.5.- Explicara el funcionamiento y limitaciones que tiene el D.M.S

OBJETIVO 4.-

4.1.- Explicar los componentes de la comunicacion humana segun:

- a) Aristoteles
- b) Shannon
- c) Weaver

4.2.- Explicara el modelo de la comunicacion humana segun:

- a) Schramm
- b) Lasswell

4.3.- Explicara las diferencias que existen en los modelos de la comunicacion humana

4.4.- Explicara las teorias que existen sobre medios de comunicacion masiva

4.5.- Explicara los efectos que tienen cada teoria sobre los medios de comunicacion masiva.

4.6.- Explicara el uso e importancia de los siguientes conceptos.

- a) Flow of Communication
- b) Multi Flow proposition

4.7.- Explicara las categorias existentes en los medio de comunicacion masiva

4.8.- Explicara el funcionamiento de los medios de comunicacion masiva en una sociedad capitalista.

4.9.- Explicara las funciones, beneficios y problemas potenciales que tienen los medios informativos en la sociedad.

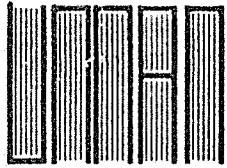
" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION

DE

PLANEACION

ACADEMICA.-

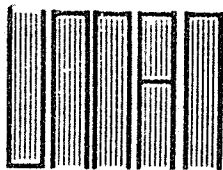


UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

E S P A Ñ O L I I .

SINTAGMA ORACION Y ENUNCIADO. PALABRAS -
CLASES DE SUJETOS, MODIFICADORES INMEDIATOS Y MEDIATOS
DEL SUJETO Y SUSTANTIVO. EL PREDICADO, FUNCIONES DE LOS
VERBOS, EL VERBO Y SUS MODIFICADORES, FUNCIONES PRO
PIAS DEL SUSTANTIVO, FUNCIONES COMPARATIVAS ADJETIVAS Y A
ADVERBIALES DEL SUSTANTIVO, EL VOCATIVO COMO ELEMENTO -
EXTRAORACIONAL, PRONOMBRE PERSONALES, PRONOMBRE INTERRO
GATIVO, CLASES DE PRONOMBRES, MORFOSINTAXIS DEL ADJETIVO
Y DEL ADVERBIO, COORDINACION Y SUBORDINACION, EL CON -
CEPTO DE LA INTERJECCION, PERIFRASES VERBALES, VERBOS
TRANSITIVOS E INTRANSITIVOS, VERBOS REFLEXIVOS Y RECI
PROCOS, VERBOS AUXILIARES Y UNIPERSONALES VOZ PASIVA -
ORACIONES COORDINADAS, SUBORDINADAS, GRADOS DE COORDI
NACION.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE ESPANOL II FAC. DE L.C.C. II

TEMA I SINTAGMA ORACION Y ENUNCIADO

II PALABRAS

- A) Silabas
- B) Acentuacion de las palabras
- C) Formacion de palabras (Composicion, derivacion y para
sintesis).

III CLASES DE SUJETO

- a) Sujeto logico y Gramatical
- b) " de inherencia
- c) " impersonal
- d) " Callado
- e) " de verbo transitivo
- f) " Otras clases de sujetos: Al principio, en medio
al final, omitido, hormofologica.

IV MODIFICADORES INMEDIATOS Y MEDIATOS DEL SUJETO

V SUSTANTIVO

- a) Definicion
- b) Nombre comun
- c) Nombre propio
- d) Aposicion
- e) Nombre en aposicion
- f) Sustantivos en aposicion

VI EL PREDICADO

- a) definicion
- b) Verbo simple y verbo perifrastico

VII FUNCIONES DE LOS VERBOIDES



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

100.000

LITERATURA HISPANOAMERICANA

RAZGOS DISTINIOS DE LA LITERATURA NAHUATL

CARTA DE LA RELACION DE HERNAN CORTES, PRIMERAS MANI -
FESTACIONES POETICAS DE LA NUEVA ESPAÑA, EL BARROCO, EL
HUMANISMO, EL MODERNISMO, RECOPILACION DE GRANDES AUTO
RES, HISPANOAMERICANOS, ANALISIS LITERARIOS, ETC.

XXII.- VOZ PASIVA

XXIII.- ORACIONES COORDINADAS

XXIV.- SUBORDINACION

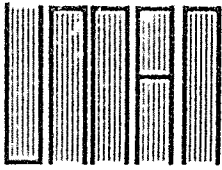
XXV .- GRADOS DE COORDINACION

- a) Copulativos
- b) Disyuntivos
- c) Adversativos
- d) Distributivos.

A T E N T A M E N T E

"LA VERDAD POR LA VERDAD"

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE LITERATURA HISPANOAMERICANA

FAC. DE L.C.C II

1. RAZGOS DISTINTIVOS DE LA LITERATURA NAHUATL.
 - a) Codices
 - b) Razgos distintivos de la Literatura Azteca.

2. CARTAS DE LA RELACION DE HERNAN CORTES.
 - a) Punto central de la obra de Boernal Diaz del Castillo.
 - b) Obras de misioneros (fray Toribio de Benavente, Fray Bernardino de Sahagun, Bartolome de las Casas y F. Diego Duran).
 - c) Cronistas indigenas y sus obras.
 - d) Obra de Garcilazo de la Vega.

3. PRIMERAS MANIFESTACIONES POETICAS DE LA NUEVA ESPANA.
 - a) Conociendo la influencia de los poetas peninsulares.
 - b) Aspectos centrales de la obra del teatro de evangelizacion.
 - c) El teatro criollo.

4. EL BARROCO.
 - a) Obra de Sor Juana Ines de la Cruz.
 - b) Obra de Carlos de Sigüenza y Gongora.

5. EL HUMANISMO.
 - a) Temas y Asuntos de los Humanistas Mexicanos.
 - b) El Humanismo como corriente Literaria.

- 6.- EL MODERNISMO.
 - a) Antecedentes.
 - b) Caracteristicas principales.
 - c) Medio de expresion y tecnica.
 - d) Autores destacados (Justo Sierra).

7. RECOPIACION DE GRANDES AUTORES HISPANOAMERICANOS.

.(vida y obra)

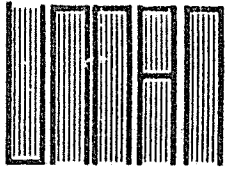
8. ANALISIS LITERARIOS.

- a) " El Guardaguas"- Juan Jose Arreola.
- b) " Diles que no me maten"
- c) " Fire and Ice"- Alvaro Menendez Leak.
- d) Diversas Poesias Famosas.

A T E N T A M E N T E

" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA



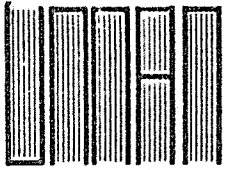
UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

LOC 100

PSICOLOGIA GENERAL.

RECONOCIMIENTO DE LAS TEORIAS Y CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA PSICOLOGIA COMO CIENCIA QUE SE ENCARGA - DEL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO HUMANO.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE PSICOLOGIA GENERAL

FAC. DE L.C.C. II

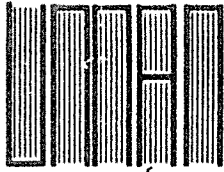
OBJETIVO: RECONOCIMIENTO DE LAS TEORIAS Y CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA PSICOLOGIA
COMO CIENCIA QUE SE ENCARGA DEL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO HUMANO.

TEMAS:

- I.- Definicion y conceptos de Psicologia
- II.- Areas de estudio de la Psicologia
- III.- Evolucion e historica de la Psicologia.
- IV.- Ciencias Auxiliares de la Psicologia.
- V.- Aplicaciones de la Psicologia.
- VI.- Los metodos en Psicologia.
- VII.- Las emociones y sus características.
- VIII.- La memoria
- IX.- Atencion y concentracion
- X.- El razonamiento.
- XI.- La moral.
- XII.- La personalidad. Definicion y conceptos
- XIII.- Receptores y efectores (organos de los sentidos).
- XIV.- La senso-percepcion (conceptos)
- XV.- Glandulas exocrinas y endocrinas
- XVI.- El sistema nervioso.
- XVII.- Principales trastornos nerviosos.
- XVIII.- La Psicofarmacologia.
- XIX.- La inteligencia y las capacidades especiales.
- XX.- Condicionamiento y aprendizaje.
- XXI.- La salud Mental (Normalidad y Anormalidad)
- XXII.- La conducta sexual desviada.
- XXIII.- Los mecanismos de defensa.

METODOLOGIA DIDACTICA.-

La exposicion de los temas estara a cargo de del catedratico, con la parti
cipacion voluntaria apoyada de los alumnos en los subtemas que ellos elijan en base-



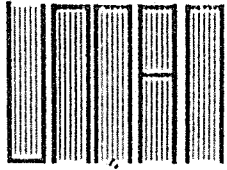
UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

COMUNICACION SOCIAL I.

LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL, PRO
CESOS DE LOS MEDIO DE COMUNICACION SOCIAL LA FUENTE EN
LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL, EL MENSAJE EN LOS ME
DIOS DE COMUNICACION SOCIAL, LA AUDIENCIA EN LOS MEDIOS -
DE COMUNICACION SOCIAL DEFINICIONES DE COMUNICACION SO -
CIAL Y TRAZOS DE ADOPCION.

CARACTERISTICAS DE LAS CATEGORIAS DE -
ADOPTANTES , DIBUJA LAS CATEGORIAS DE LOS TIPOS IDEALES.

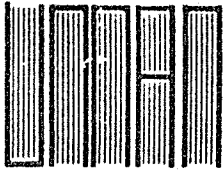


UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 394 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL N. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE COMUNICACION SOCIAL I FAC. DE L.C.C. II

- 1.- LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL I
- 2.- PROCESOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
- 3.- LA FUENTE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
- 4.- EL MENSAJE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
- 5.- LA AUDIENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
- 6.- DEFINICIONES DE COMUNIACION SOCIAL Y TASA DE ADOPCION.
- 7.- CARACTERISTICAS DE LAS CATEGORIAS DE ADOPTANTES
- 8.- DIBUJA LAS CATEGORIAS DE LOS TIPOS IDEALES (GRAFICA)



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

COMUNICACION SOCIAL I SEGUNDO TETRAESTRE

INTRODUCCION.- Este curso representa la primera etapa para obtener un conocimiento general acerca de los medios masivos, y está diseñado junto con Comunicación Social II para servir de base, a lo que el alumno profundizará en su área de especialización. El texto del curso está en ingles y el alumno tendrá que leer un promedio de seis páginas por clase. También, y de acuerdo con los criterios elaborados en clase (Teoría de la Comunicación el alumno evaluará la materia de este curso según el siguiente esquema, aplicando lo a cada modelo.

- a) Conocerá presuposiciones de modelos
- b) Definirá los conceptos claves del modelo
- c) Conocerá las relaciones entre los conceptos claves del modelo
- d) Señalará el tipo (o tipos) de explicación es (es) que abarca el modelo y justificará su clasificación
- e) Conocerá la (s) hipótesis del modelo
- f) Conocerá los hallazgos empíricos del modelo y señalará si hay evidencias a favor o en contra de la (s) hipótesis.

OBJETIVO GENERAL.-

El alumno conocerá el proceso, contexto, y los elementos de la comunicación masiva.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

1. Conocerá el proceso de la comunicación masiva.
2. Hará comparaciones entre sistemas de medios
3. Conocerá factores economicos de los medios masivos
4. Conocerá los elementos de la comunicación masiva

OBJETIVOS ESPECIFICOS.-

- 1.1 Señalará los roles de los medios masivos (mass media III, p.p. .-108)
- 1.2 Señalará la extensión de los medios masivos. (Ibid ., p.p. 9-12)
- 1.3 Definirá la comunicación. (Ibid; p.p.

- .13-16)
- I.4 Señalará m delos de la comunicación inter personal y grupal. (Ibid. p.p. 17-20)
 - I.5 Señalará modelos de la comunicación masiva, inclusive:
 - a) El modelo de Lasswell
 - b) De fleur
 - c) Westley y Maclean
 - d) El modelo concéntrico (Ibid; p.p. 21-33)
 - I.6 Señalará características de los si uiente conceptos.
 - a) Conténido
 - b) Códigos
 - c) Fortaderes
 - d) Los medios
 - e) Reguladores
 - f) Filtros
 - g) Audiencias
 - h) Retroalimentción
 - i) Distorsión y ruido
 - j) Amplificación
 - k) Efectos (Ibid; p.p. 24-32)
 - 2.1 Señalará las cuatro teorías de los medios (Ibid; p.p. 33-38)
 - 2.2 Señalará los factores que influyen en el desarrollo de sistemas de los medios. (Ibid; p.p. 38-44)
 - 2.3 Señalará los sistemas de:
 - a) Tanzania
 - b) Holanda
 - c) URSS (Ibid; p.p. 45-54)
 - 2.4 Señalará el nuevo orden de la información del Tercer Mundo. (Ibid; p.p. 55-56)

TEMARIO.-

- 1.- El proceso de la comunicación masiva
- 2.- Sistemas comparativos de los medios masivos
- 3.- Factores economicos de los medios masivos
- 4.- Los elemntos de los medios masivos

METODOLOGIA.-

- 1.- El curso presupone que el alumno ha leído las lectiras antes de la calse corrsespondeinte
- 2.- Expositicpon del maestro

EVALUCACION.-

- Primers examen parcial
 Segundo examen parcial
 Ejercicios de observación
 Examen final comprensivo

BIBLIOGRAFIA,-

HIEBERT, R.E, D:F: y Bohn, T.W.
 Mass Media III Longman New York 1982

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA.-

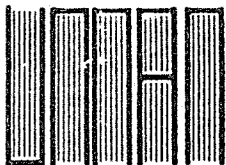
CAZENUVE, J. El hombre telespectador.
Colección punto y línea 1977, Barcelona.

De Fleur, M:L: Teoría de la comunicación Masiva
Paidós 1ª Edición 1980 B. Aires

McQUAIL D.- Sociología de los Medios Masivos de
Comun cación .
Paidós 1979, B. Aires

Schramm, W. La Ciencia de la Comunicación Huma-
na.
Ed. Roble, 1975 México.

WRIGHT, Charles. Comunicación de Masas.
Paidós 1980, B. Aires.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

TECNICAS DE LA INVESTIGACION DOCUMENTAL.

UNIDAD Y NECESIDAD DE LA INVESTIGACION -

DOCUMENTAL EN LA UNIVERSIDAD O BACHILLERATO, ALGUNOS ME
TODOS DE INVESTIGACION, DIFERENTES FUENTES DE INFORMACION.

LA INVESTIGACION DE CAMPO, PARTES DE UN -

LIBRO Y LAS NOCIONES ELEMENTALES PARA CLASIFICARLOS, EL
AVANCE DE LO QUE ES LA INVESTIGACION: LA IMPORTANCIA DE
LA INVESTIGACION.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

PROGRAMA DE TECNICA DE INVESTIGACION DOCUMENTAL

FAC. DE L.C.C. II

CAPITULO I. _

UNIDAD Y NECESIDAD DE LA INVESTIGACION DOCUMENTAL EN LA UNIVERSIDAD O BACHILLERA
TO.

- 1.1. La tarea de investigar.
- 1.2. Es una institucion para conocer la verdad.
- 1.3. Amplia la informacion de un tema.
- 1.4. Auxilia en la comprension del fenomeno social y fisico
- 1.5. Apoya enfoques y obras originales.
- 1.6. La investigacion y los investigadores en Mexico.

CAPITULO II. _

ALGUNOS METODOS DE INVESTIGACION.

- 2.1. Necesidad de metodos en toda tarea creativa.
- 2.2. Metodo cientifico.
- 2.3. Metodo teorico deductivo.
- 2.4. Metodo experimental.
- 2.5. Metodo historico.
- 2.6. Metodo descriptivo.

CAPITULO III. _

DIFERENTES FUENTES DE INFORMACION.

- 3.1. La memoria
- 3.2. La biblioteca.
- 3.3. La hemeroteca.

3.4. El archivo.-

3.5. La filмотeca y la discoteca.

CAPITULO IV._

LA INVESTIGACION DE CAMPO.-

4.1. Delimitaciones de la invetigacion de campo.

4.2. La observacion

4.3. La encuesta

4.4. La entrevista.

CAPITULO V._

PARTES DE UN LIBRO Y LAS NOCIONES ELEMETALES PARA CLASIFICARLOS.

5.- El libro y sus partes

5.2. Cualidades de una buena edicion.

5.3. Nociones elementales de clsificacion bibliografica.

CAPITULO VI.-

6.1. Elaboracion de una revista interna.

AVANCE DE LO QUE ES INTRODUCCION: LA IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION.

- 1.- Conocimiento científico además de;
- 2.- Conocimiento vulgar y conocimiento de divulgación (Definir el área del campo científico)
- 3.- Diferencia entre, ciencia, teoría, método y técnica.
- 4.- Pasos para la investigación científica.
- 5.- Inicio del planteamiento de un problema para investigación.
- 6.- Elaboración de la ficha bibliográfica.

B I B L I O G R A F I A. _ FELIPE PARDINAS " METODOLOGIA Y TECNICAS DE INVESTIGACION EN CIENCIAS SOCIALES".

"TEORIAS, METODOS Y TECNICAS EN LA INVESTIGACION SOCIAL"

ALFREDO TECLA Y ALBERTO GARZA RAMOS.

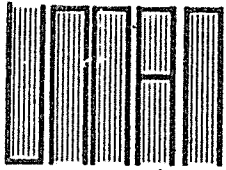
A T E N T A M E N T E
" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA

8.- Analizara y discutira las principales aportaciones de Frederic le Play en mate
ria de metodologia en las ciencias sociales.

A T E N T A M E N T E
" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA



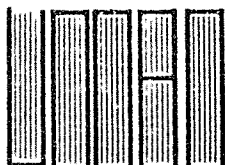
UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1993 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1993 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

1000

S O C I O L O G I A U R B A N A .

AL FINAL EL PRESENTE CURSO EL ALUMNO OBTENDRA -
UNA VISION GLOBAL DEL CAMPO DE LA SOCIOLOGIA, ASI COMO
TAMBIEN DE LA PROBLEMATICIDAD, DE SU LIMITACION EN METO
DOS DE PERCUSION, DENOMINACIONES, TEORIAS SISTEMATICAS, Y
COHERENTES, EXPLICATIVAS Y OBJETIVOS DE LOS FENOMENOS -
SOCIALES.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE SOCIOLOGIA URBANA

FAC. DE L.C.C. II

OBJETIVO GENERAL.-

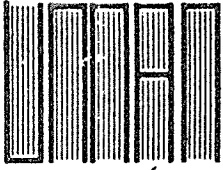
Al finalizar el presente curso el alumno obtendra una vision global del campo de la sociologia, asi como tambien de la problematicidad de su limitacion en metodos de - percepcion, denominaciones, teorias sistematicas, y coherentes, explicativas y obje - tivas de los fenomenos sociales.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

- 1.- Conocera y aplicara la magnitud de abstraccion de los iniciadores de la ciencia sociologica asi como principios basicos de sus teorias.
- 2.- Comprendera y analizar los antagonismos de las teorias sociologicas de finales - y principios del pasado y presente siglo respectivamente asi como el dominio y - decadencia del enfoque evolucionista.
- 3.- Conocera y explicara los conceptos y problemas vigentes de la sociologia.
- 4.- Inferira las estrechas relaciones de las estructuras y organizaciones sociales - con el fenomeno de la comunicacion social.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- 1.- Definira y explicara el clima intelectual de Francia a principios del siglo XIX.
- 2.- Conocera los predecesores de A. Comte.
- 3.- Conocera y definira el campo de la sociologia segun A. Comte.
- 4.- Manifestara e interpretara las características basicas de la estatica social en - lo que respecta al censo y estructura social.
- 5.- Conocera y explicar los conceptos de la evolucion, progreso y sus factores en la sociologia dinamica de A. Comte.
- 6.- Deducira el caracter reduccionista y analogico de los conceptos sociologicos ela borados por los iniciadores de la teoria de sociologia.
- 7.- Identificara las nociones basicas en materia de metodologias en la investigacion - social realizadas por Adolphe Quetelec.



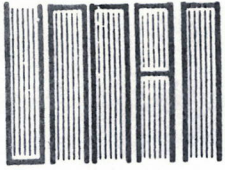
UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

I N G L E S III Y IV

AL TERMINAR EL CURSO EL ALUMNO ESTA
RA CAPACITADO PARA HACER USO ADECUADO DE DISTINTAS CONCEP
TUALIZACIONES DE LAS EXPRESIONES BASICAS Y TECNICAS DE -
INGLES UTILIZADAS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

ADEMAS ENTORNAR EN FORMA ESCRITA LOS
CONOC MIENTOS ADQUIRIDOS.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE INGLES III y IV

FAC. DE L.C.C. II

OBJETIVOS GENERALES.

Al terminar el curso el alumno estara capacitado para hacer uso adecuado de distintas conceptualizaciones de las expresiones basicas y tecnicas de ingles utilizados en las Ciencias de la Comunicacion. Ademas de retroalimentar en forma escrita los conocimientos adquiridos.

OBJETIVOS PARTICULARES.

- 1.- El alumno: aplicara conceptos metodologicos basicos en ingles, utilizando la teoria del sistema general.
- 2.- Aplicara conceptos metodologicoa basicos en ingles, utilizados en en Ciencias-politicas.
- 3.- Aplicara conceptos metodologicos basicos en inglesen ingles, utilizados en la Sociologia.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

EL ALUMNO:

- 1.1. Explicara el funcionamiento de la teoria del Sistema Eeneral. (p. 121-124)
- 1.2. Aplicara terminologia tecnica. (p 124-128)
 - 1.2.1. Resolvera aplicando los conocimeintos adquiridos.
- 1.3. Explicara los diferentes procesos de:
 - a) Living system
 - b) close system
 - c) open System (p 128-130)
- 1.3.1. Realizara ejercicios sobre el tema.
- 1.4. Explicara el funcionamiento de:
 - a) Feedback
 - b) Morphostasis

c) Morphogenesis (p 130-134)

1.5 Explicara el uso y desarrollo de los sistemas de informacion y comunicacion.

1.5.1. Realizara ejercicios sobre el tema.

1.6. Explicara la importancia de la estructura del sistema de comunicacion.

1.7. Diferenciara los siguientes conceptos:

a) Ecosytem

b) Matter energy

c) Matter of information

d) Ecological system.

1.7.1. Realizar ejercicios sobre el tema.

1.8. Explicar el funcionamiento del sistema de comunicacion individual y multiperso
nal.

OBJETIVO 2.-

2.1. Aplicara areas involucradas en el estudio politico de la comunicacion.

2.2. Explicar el objetivo gubernamental en el control de la comunicacion masiva.

2.2.1. Realizar ejercicios sobre el tema.

2.3. Explicar los principios de proteccionismo gubernamental en la comunicacion ma
siva.

2.3.1. Realizar ejercicios sobre le tema.

2.4. Aplicara la politica gubernamental de la informacion.

2.5. Explicara diferentes facetas del control social.

2.5.1. Realizara ejercicios sobre le tema.

2.6. Aplicara las diferentes etapas del proceso politico de la comunicacion.

2.7. Explicara el proceso e importancia de la micro-comunicacion.

2.7.1. Realizara ejercicios sobre el tema.

2.8. Senalara la influencia del sistema el comportamiento humano.

2.9. Explicara el funcionamiento del sistema de decisiones.

2.9.1. Realizara ejercicios sobre el tema.

2.10. Explicara las ventajas y desventajas del sitema politico de la comunicacion -
masiva.

OBJETIVO 3.-

3.1. Relacionara las politicas filosoficas en los sitemas de comunicacion masiva.

3.2. Explicara la importancia de los metodos paradig en los medios de comunicacion.

3.3. Senalara la importancia de los siguientes factores primordiales en el desarrollo de los medios masivos.

a) Physical geograpical characteristics

b) Technological competencies

c) Cultural Traits.

d) Economic conditions

e) Politicasl Philosophies

f) Media qualities

3.3.1. Realizara ejercicios sobre el tema.

3.4. Analizara diferencias entre lso sistemas de:

a) Tanzania

b) The Netherlands

c) The Union of Soviet Socialist Republic

d) Third world nations

3.4.1. Realizara ejercicios sobre el tema.

OBJETIVO 4.-

4.1. Identificara los reguladores involucrados en el proceso de la comunicacion masiva.

4.2. Explicara las restricciones existentes sobre.

a) Importacion

b) Distribucion

c) Ventas

4.3. Diferenciara la difamacion:

a) Gubernamental

b) Publico

c) Criminal

4.4. Explicara restricciones sobre:

a) Poder Ejecutivo

b) Proteccion de propiedades

c) Transmisiones de radio y television

d) Publicidad

4.4.1. Realizara ejercicios sobre el tema

4.5. Analizara los diferentes patrones establecidos como reguladores de Content Source

res y profesionistas como reguladores

- 4.7. Aplicara los decretos que respalden los derechos del Consumidor y sus funciones como reguladores del sistema
- 4.8 Explicara el funcionamiento del Consumidor como regulador del sistema
- 4.9. Diferenciara los principios de la difamacion civil; y los derechos de privacidad del Consumidor
- 4.10. Diferenciara tipos de control de productos de consumo y grupos de presion.

TEMARIO._

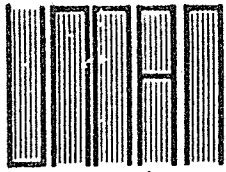
- 1.- General system Theory: An aproach To Human Communication.
- 2.- Political Science: An aproach To Human Communication.
- 3.- Sociology: An aproach To Human Communication.
(Lecturas asignadas de folleto)

METODOLOGIA._

La metodolofia a seguir sera una combinacion de la exposicion tipo conferencia por parte del maestro aunado a travez de la dinamica de grupos para - obtener una participacion constante de cada alumno.

A T E N T A M E N T E
" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

[Faint handwritten signature and date]

PSICOLOGIA SOCIAL.

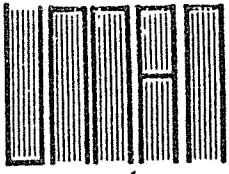
A TRAVES DEL ANALIZAR Y EXPLICAR EL CAMPO

- DE LA PSICOLOGIA SOCIAL, EL ALUMNO SERA CAPAZ

DE IDENTIFICAR LOS CONCEPTOS Y TEORIAS RELACIONADOS

CON EL HOMBRE EN SU PROCESO SOCIAL, BASANDOSE EN LOS

CONCEPTOS DE LA PSICOLOGIA GENERAL.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE PSICOLOGIA SOCIAL L.C.C. III

OBJETIVO GENERAL:

A traves del analizar y explicar el campo de la Psicologia social, el alumno sera capaz de identificar los conceptos y teorias relacionados con el hombre en su proceso social, basandose en los conceptos de la psicologia general.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Identificara el campo de la psicologia social.
- 2.- Analizara la comunicacion humana y sus tipos, en relacion con la psicologia social.
- 3.- Analizara el concepto percepcion social y los factores socioculturales que intervienen.
- 4.- Identificara los conceptos valores y motivaciones sociales.
- 5.- Analizara los conceptos de actitud y conducta y su relacion
- 6.- Explicara las teorias desarrolladas en el campo de la formacion y cambio de actitudes.
- 7.- Analizara el concepto grupo y sus clasificaciones.
- 8.- Describira el significado de normas, roles y posiciones sociales.
- 9.- Analizara el origen del estudio de la personalidad, en base a teorias.
- 10.- Analizara el concepto clase social y sus derivaciones psicosociales.
- 11.- Identificara el significado de desviacion social y la participacion del individuo en este proceso.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

OBJETIVO 1.-

- 1.1.- Describira la relacion del trabajo social y del lenguaje.
- 1.2.- Definira el concepto cultura.
- 1.3.- Explicara la evolucion de la psicologia social.
- 1.4.- Describira los modelos utilizados en psicologia social.
- 1.5.- Enunciara los problemas de la psicologia social.

OBJETIVO 2.-

- 2.1.- Definira el concepto comunicacion
- 2.2.- Diferenciara los dos niveles de organizacion en los seres humanos.
- 2.3.- Esquematzara un modelo de comunicacion
- 2.4.- Diferenciara los conceptos lenguaje, lengua y habla.
- 2.5.- Definira la comunicacion no verbal y enlistara los tipos de actos sociales.
- 2.6.- Definira el concepto proxemica
- 2.7.- Explicara Kinesica y sus clasificaciones
- 2.8.- Describira la comunicacion social
- 2.9.- Explicara la "tuba" de Scharmm
- 2.10.- Explicara el modelo de Maletzke
- 2.11.- Describira los medios de comunicacion colectiva y sus efectos.
- 2.1.- Definira persuasion

OBJETIVO 3.-

- 3.1.- Definira percepcion social
- 3.2.- Enlistara explicando los 6 tipos de opiniones
- 3.3.- Explicara el proceso de formacion de opiniones
- 3.4.- Explicara las características de proceso de inferencia
- 3.5.- Explicara el concepto estereotipo.

OBJETIVO 4.-

- 4.1.- Definira el concepto valor y sus explicaciones
- 4.2.- Explicara las maneras de utilizacion de los valores estandar.
- 4.3.- Explicara valores en relacion de ideologia
- 4.4.- Analizara el concepto motivacion.

OBJETIVO 5.-

- 5.1.- Describira la formacion de actitudes
- 5.2.- Explicara las funciones
- 5.3.- Definira el concepto de actitud y su componentes.

OBJETIVO 6.-

- 6.1.- Explicara las teorias del balance; modelo de congruencia cognositiva.

OBJETIVO 7.-

- 7.1.- Definir el concepto de grupo
- 7.2.- Explicara la clasificacion de grupos
- 7.3.- Describira la funcion de grupos
- 7.4.- Explicara los fenomenos y proceso de grupo
- 7.5.- Explicara el liderazgo y sus funciones.

OBJETIVO 8.-

- 8.1.- Explicara los postulados de la teoria del liderazgo
- 8.2.- Definira el concepto rol y sus implicaciones
- 8.3.- Explicara tensiones y conflictos grupales e individuales.

OBJETIVO 9.-

- 9.1.- Describira el origen y estudio de la personalidad
- 9.2.- Analizara conceptos a fines de la personalidad basica.

OBJETIVO 10.-

- 10.1.- Explicara la metodologia en los estudios psicosociales
- 10.2.- Explicara los efectos de la pertenencia de las clases sociales y la conducta.

OBJETIVO 11.-

- 11.1.- Analizara los enfoques teoricos sobre la conducta desviada.
- 11.2.- Explicara la teoria de la desviacion
- 11.3.- Analizara la creacion de las normas
- 11.4.- Describira los tipos de desviacion.

METODOLOGIA:

- 1.- Exposicion del maestro
- 2.- Participacion del alumno
- 3.- Dinamicas grupales
- 4.- Investigacion bibliografica.

BIBLIOGRAFIA:

Psicologia Social

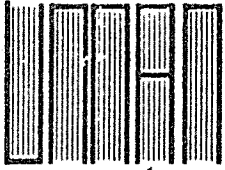
Jose Miguel Salazar y otros Trillas 1979

" LA VERDAD POR LA VERDAD "



DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA.

PLANEACION
ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

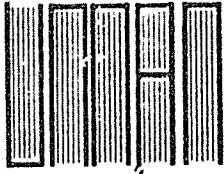
VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

LCC 1578

OBJETIVO:

COMUNICACION SOCIAL II.

AL FINALIZAR LAS ACTIVIDADES Y EXPERIENCIAS -
DE APRENDIZAJE DEL PRESENTE CURSO, EL ALUMNO DEBERA SER CAPAZ -
DE DESCRIBIR LA FORMA DE EFECTUARSE EL PROCESO DE LA COMUNICA
CION HUMANA, EL DESARROLLO DE LAS RELACIONES PUBLICAS, ETC.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

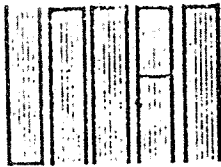
TEORIA DE LA ADMINISTRACION,

CONCEPTO DE LA ADMINISTRACION, SUS ES
PECIES Y RELACIONES, ELEMENTOS DE LA ADMINISTRACION. LA EMPRESA

SEMINARIO DE REDACCION.

EL ALUMNO DETERMINARA LA IMPORTANCIA
DEL LENGUAJE ESPECIFICAMENTE ESCRITO, LA COMUNICACIONM PODRA ES
CRIBIR DESCRIPCIONES, NARRACIONES, ARGUMENTACIONES Y EXPOCICIONES.

ASI COMO CARTAS, MEMORANDUMS, INFORMES, -
ANUNCIOS, AVISOS, CIRCULARES Y BOLETINES INFORMATIVOS, COMENZARA
A DESARROLLAR SU ESTILO.



UNIVERSIDAD MEXICANA AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL M. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE TEORIA DE LA ADMINISTRACION. FAC. DE L.C.C.

I.- CONCEPTO DE LA ADMINISTRACION.

- 1.- SU DEFINICION NOMINAL.
- 2.- SU OBJETO.
- 3.- SU FINALIDAD.
- 4.- SUS ETAPAS.
- 5.- SU CARACTER TECNICO.
- 6.- DEFINICION REAL.
- 7.- COMPARACION CON OTRAS DEFINICIONES.
- 8.- CARACTERISTICAS DE LA ADMINISTRACION.
- 9.- SU INPORTANCIA.

II.- SUS ESPECIES Y RELACIONES.

- 1.- EL PORQUE DE ESTE CAPITULO.
- 2.- ADMINISTRACION PUBLICA Y PRIVADA.
- 3.- ADMINISTRACION DE PERSONAS Y COSAS.
- 4.- ADMINISTRACION Y CIENCIAS SOCIALES.
- 5.- ADMINISTRACION Y DERECHO.
- 6.- ADMINISTRACION Y ECONOMIA.
- 7.- ADMINISTRACION Y MORAL.
- 8.- ADMINISTRACION Y MORAL.

III.- ELEMENTOS DE LA ADMINISTRACION.

- 1.- SU CONCEPTO.
- 2.- ELEMENTOS DE LA MECANICA ADMINISTRATIVA.
- 3.- ELEMENTOS DE LA DINAMICA ADMINISTRATIVA.
- 4.- ETAPAS ESPECIFICAS DE LA ADMINISTRACION.
- 5.- ELEMENTOS DE LA ADMINISTRACION DE COSAS.
- 6.- METODO DE LOS ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS.

IV.- LA EMPRESA.

- a) Infinitivo
- b) Participio
- c) Gerundio (usos del Gerundio)

VIII.- EL VERBO Y SUS MODIFICACIONES

- a) Complemento incidental
- b) Predicativo

IX.- FUNCIONES PROPIAS DEL SUSTANTIVO

X.- FUNCIONES COMPARATIVAS, ADJETIVAS Y ADVERBIALES DEL SUSTANTIVO

XI.- EL VOCATIVO COMO ELEMENTO EXTRAORACIONAL.

XII .- PRONOMBRES PERSONALES.

XIII.- PRONOMBRE INTERROGATIVO.

XIV.- CLASES DE PRONOMBRES

- a). Reverenciales
- b). Demostrativos
- c). Posesivos
- d). Indefinidos
- e). Relativos

XV.- MORFOSINTAXIS DEL ADJETIVO Y DEL ADVERBIO

XVI. _ COORDINACION Y SUBORDINACION

XVII.- EL CONCEPTO DE LA INTERJECCION

- a). Concepto
- b). Interjecciones clasificadas.

XVIII.- PERIFRASES VERBALES

XIX .- VERBOS TRANSITIVOS E INTRASITIVOS

XX .- VERBOS REFLEXIVOS Y RECIPROCOS.

XXI.- VERBOS AUXILIARES Y UNIPERSONALES

6.-, Diversas clases de noticias.

7.- las partes de las noticias.

METODOLOGIA

Exposicion del maestro y del alumno, revision de diversos diarios y trabajos realizados por el alumno.

EVALUACION.

Se evaluarán trabajos realizados por el alumno en clase y los trabajos finales.

BIBLIOGRAFIA BASICA

Periodismo transcendente.- Salvador Borrego Ed. Jus. 1975 Generos periodisticos informativos.- Carl N. Warren. A.T.E. 1975.

El reportero Profesional- Stanley Johnson y Julia Harris Ed. Trillas. 1977.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA.

Un nuevo concepto de periodismo - Neale Copple Ed. Pax- Mexco 1974.

Redaccion Periodistica. Jose Luis Martinez Albertos A.T.E. 1974.

- 7.- Solucion de problemas
- 8.- Conflicto.
- 9.- Evolucion en los grupos.

METODOLOGIA:

Exposicion del maestro y del alumno, investigaciones bibliograficas, y dinamicas grupales.

EVALUACION:

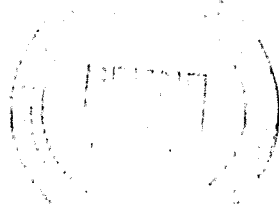
Se destinaran dos sesiones a las actividades de evaluacion.
Dos exámenes parciales. Un examen final.
Exámenes diagnosticos a criterio del maestro.

BIBLIOGRAFIA BASICA:

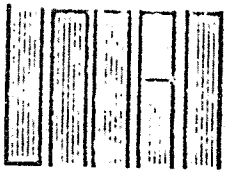
Napier Rodney W. y Gershenfedl Matti K., Grupos, Teoria y Experiencia. Ed. Trillas - 1977.
Goldhaber Gerald, Comunicacion Organizacional. Ed. Logos Mexico, 1978.
Beal George. Conduccion y accion dinamica de grupo, Ed. Kapelusz. 1973.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA:

Dider Anzieu. Dinamica de los Grupos Pequeños. Ed. Kapelusz. : :
Duter Ulich.- Dinamia de los grupos en la clsa escolar Kapelusz
Gibb. Manual de Dinámicas de Grupos en Ed. humanitas!
Antunes Celso. Tecnicas Pedagogicasde la Dinamica de Grupos.
Albert E. Kirsten. entrenamiento de grupos Ed. Mensajero.
Lucien albert. las Relaciones interpersonales. Ed. Herder.
Maria Andueza. Dinamica de Grupos Ed. ANUIES.
NTL. Desarrollo Personal y Organizacional.
Vela A. Tecnicas y Parcticas de la Relaciones Humanas. Ed. Iberoamericana A.
Cirigliano Villaverde. Dinamica de grupos y educacion Ed. Humanistas. .
Samuel Husserman. Introduccion a la dinamica de Grupo Ed. Trillas.



12.02.1977
BIBLIOTECA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE SEMINARIO DE REDACCION

FAC. DE L.C.C. III

OBJETIVOS GENERALES.-

El alumno determinara la importancia del lenguaje, especificamente escrito, en la comunicacion ; podra escribir descripciones , narraciones, argumentaciones y exposiciones, asi como cartas, memoranda, informes, anuncios, avisos, circulares y boletines informativos; comenzara a desarrollar su estilo.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Explicar por que el lenguaje es comunicacion.
- 2.- Distinguir el lenguaje oral del escrito.
- 3.- Explicar la importancia del razonamiento logico en el lenguaje escrito.
- 4.- Distinguir la construccion sintactica de la construccion logica, aplicandolas en ejercicios.
- 5.- Determinar y evitar en la practica las impresiones en el uso del lenguaje.
- 6.- Conocer y escribir las formas de expresion conocidas como formas de discurso: Descripcion, narracion, argumentacion y exposicion.
- 7.- Conocer y escribir las tecnicas de relacion usadas mas frecuentemente por un publi-relacionista: Carta, memorandum, informe, anuncios, avisos, circulares y boletines informativos.
- 8.- Conocera y aplicara (Redacciones diversas) los principios para desarrollar su propio estilo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

OBJETIVO 1.-

- 1.1. Definira lenguaje.
- 1.2. Mencionara las caracteristicas del lenguaje.
- 1.3. Discutira en clase los usos del lenguaje.
- 1.4. Presentara por escrito conclusiones de la discusion.

OBJETIVO 2.-

- 2.1. Mencionara las características del lenguaje oral.
- 2.2. Mencionara las características del lenguaje escrito.
- 2.3. Realizar ejercicios para diferenciar uno del otro.

OBJETIVO 3.-

- 3.1. Explicara el concepto de razonamiento lógico.
- 3.2. Realizara ejercicios para practicar el razonamiento lógico.
- 3.3. Definira el concepto de falacia.
- 3.4. Distinguirá tipos de falacia.
- 3.5. Presentara por escrito ejemplos de falacia.

OBJETIVO 4.-

- 4.1. Describira la construcción sintáctica.
- 4.2. Distinguirá las reglas de construcción sintáctica.
- 4.3. Realizara ejercicios para practicar la construcción lógica.
- 4.4. Describira la construcción lógica.
- 4.5. Distinguirá las reglas de la construcción lógica.
- 4.6. Realizara ejercicios para practicar la construcción lógica.
- 4.7. Realizara ejercicios aplicando ambas construcciones.

OBJETIVO 5.-

- 5.1. Describira el uso de la voz pasiva.
- 5.2. Practicara el uso de la voz pasiva.
- 5.3. Describira el uso de las palabras "Cosa", "algo", "esto", y "eso".
- 5.4. Practicara el uso de las palabras "cosa", "algo", "esto", y "eso".
- 5.5. Describira el uso del relativo "que".
- 5.6. Practicara el uso del relativo "que".
- 5.7. Mencionara la forma en que se sustituye los verbos "ser" y "estar".
- 5.8. Practicara la sustitución de los verbos "ser" y "estar".
- 5.9. Describira el uso de "yo"; "nosotros" y "uno".
- 5.10. Practicara el uso del "yo", "nosotros" y "uno".
- 5.11. Distinguirá los principales vicios de dicción.
- 5.12. Realizara ejercicios para practicar el uso de las reglas de puntuación.
- 5.13. Realizar ejercicios para aumentar el vocabulario.
- 5.14. Practicara la corrección entre frases largas y cortas.

OBJETIVO 6.-

- 6.1.

- 6.1. Definira el concepto de descripcion.
- 6.2. Mencionara el proposito de la destruccion.
- 6.3. Clasificara la descripcion.
- 6.4. Distinguirá los tipos de descripcion.
- 6.5. Explicara el proceso descriptivo.
- 6.6. Mencionara los tiempos de la descripcion.
- 6.7. Realizara ejercicios de descripcion.
- 6.8. Definira el concepto de narracion.
- 6.9. Distinguirá narracion de descripcion.
- 6.10. Explicar las leyes de la narracion.
- 6.11. Mencionara los elementos de la narracion.
- 6.12. Clasificara las narraciones.
- 6.13. Realizara ejercicios de narracion.
- 6.14. Definira el concepto de argumentacion.
- 6.15. Mencionara el proposito de la argumentacion.
- 6.16. Clasificara las argumentaciones.
- 6.17. Explicara el procedimiento para argumentar.
- 6.18. Realizara ejercicios de argumentacion.
- 6.19. Definira el concepto de exposicion.
- 6.20. Mencionara el proposito de la exposicion.
- 6.21. Clasificara las formas de exposicion.
- 6.22. Definira las formas de exposicion.
- 6.23. Realizara ejercicios de exposicion.

OBJETIVO 7.-

- 7.1. Mencionara los objetivos y usos de la carta.
- 7.2. Identificara el estilo epistolar.
- 7.3. Clasificara las cartas.
- 7.4. Describira la estructura de las cartas y su presentacion.
- 7.5. Escribira cartas.
- 7.6. Mencionara el objetivo y usos del memorandum.
- 7.7. Identificara el estilo de la realacion del memorandum.
- 7.8. Describira la estructura del memorandum y su presentacion.
- 7.9.- Describira memoranda.
- 7.10. Mencionara las características del informe.
- 7.11. Describira la estructura del informe y sus presentacion
- 7.12. Escribira informes .
- 7.13. Determinara el uso del aviso.

- 7.14. Describira la estructura de el aviso y su presentacion..
- 7.15. Determinara el uso del anuncio.
- 7.16. Describira la estructura del anuncio y su presentacion.
- 7.17. Determinara el uso ,de la circular.
- 7.18. Describira la estructura de la circular y su presentacion.
- 7.19. Describira avisos, anuncios y circulares.
- 7.20. Determinara el uso del boletin informativo.
- 7.21. Identificara el uso ,informativo.
- 7.22. Describira la estructura del boletin informativo y su presentacion.
- 7.23. Escribira boletines informativos.

OBJETIVO. 8.-

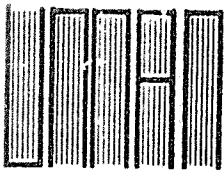
- 8.1. Definira el comncepto de estilo.
- 8.2. Mencionara las cualidades primordiales del buen estilo.
- 8.3. Identificara divesrsas clases de estilo.
- 8.4. Describira los estilos directos e indirectos.
- 8.5. Explicara los conceptos de "baches", "originalidad", "tono" en el estilo.
- 8.6. Analizara el resumen de reglas practicas de redaccion y estilo de Martin Vivaldi
- 8.7 Realizar ejercicios para desarrollar un estilo.

METODOLOGIA:

Exposicion del maestro; participacion del alumno en los ejercicios de clase y con tareas dinamicas grupales.

BIBLIOGRAFIA BASICA:

Martin Vivaldi, G., Curso de Redaccion, Ed. Paraninfo, Madrid,1980.
Baena Paz, Guillermina, Redaccion aplicada, Editoriales Mexicanos Unidos, Mexico, 1980
Varios Autores;Redaccion Aplicada, Publicacion de preparatoria 15,



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

T E O R I A E C O N O M I C A .

EL ALUMNO COMPRENDERA QUE LA ECONOMIA -
ES UNA CIENCIA SOCIAL, POR LO QUE OBSTENTA EL CARAC
TER DE CIENCIA.

CONOCERA EL PROCESO HISTORICO DE LA -
ECONOMIA, SU EVOLUCION EL ESTABLECIMIENTO DE INSTRU
CIONES POLITICO-ECONOMICAS QUE CORRESPONDAN A CADA
EPOCA.

COMPRENDERA LA VINCULACION DE ESTOS, -
CON LOS NIVELES DE INGRESOS Y LAS GANANCIAS, CONOCERA
ADEMAS LOS ELEMENTOS FUNDAMENTALES MACROECONOMICOS, -
LA MEDICION DE RENTA NACIONAL Y LOS DIFERENTES ASPEC
TOS DE LA POLITICA MONETARIA COMO ELEMENTO PRIMORDIAL
PAR OBTENER NIVELES DE PRODUCCION E INGRESOS MAS ELEVA
DOS., CONOCERA LAS FUNCIONES DEL DINERO Y SU USO EN LAS
SOCIEDADES ECONOMICAS MODERNAS.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE TEORIA ECONOMICA

FAC, DE L.C.C. III

OBJETIVO GENERAL.-

El alumno comprendera que la economia es una ciencia Social, disciplinada en sus estudios e investigacion a metodos cientificos especificos, por lo que ostenta el caracter de ciencia. Conocera el proceso historico de la Economia, su evolucion, el establecimiento de instituciones politico economicas que corresponden a cada epoca; comprendera y analizara los diferentes principios y leyes que rigen a la economia, distinguiendo los variados tipo de empresas productoras, que son el centro de la actividad economica; analizara el sistema de precios y su relacion estrecha con el manejo adecuado de la oferta y la demanda asi como sus determinantes, las fluctuaciones o tipos de elasticidad que corresponden, entendiendolos como un proceso dinamico que procure el establecimiento del precio de equilibrio, definiendo los costos de produccion de una empresa productora; comprendera la vinculacion de estos con los niveles de ingreso y las ganancias. Conocera ademas los elementos fundamentales del analisis macroeconomicos, la medicion de la renta nacional y los diferentes aspectos de la politica monetaria como elemento primordial para obtener niveles de produccion e ingresos mas elevados. Conocera las funciones del dinero y su uso en las sociedades economicas modernas. Comprendera y analizara el establecimiento de la banca como elemento motriz de las politicas monetarias modernas y su relevancia con la estabilidad economica de un pais. Conocera las condiciones para la cotizacion de una moneda frente a otras y los elementos o medios de pago de alcance internacional, asi como los cambios de paridad de moneda que se presenten y sus repercusiones en la vida economica de un pais.

Se pretende que al final del curso y con estos elementos de conocimiento, el estudiante pueda comprender y explicar la realidad economica de Mexico.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

- 1.- Comprendera que la economia ostenta la categoria cientifica pues utiliza metodos cientificos de invetigacion y que esta estudia la satisfaccion de las ne-

- “cesidades materiales del hombre mediante la adecuada utilizacion de recursos conocera las peculiares organizaciones socioeconomicas de cada epoca, donde se desarrollaron instituciones que respondian a la formacion de ciertas ideologias, que modelaron las estructuras de los sistemas economicos actuales.
- 2.- Comprendera como toda sociedad contemporanea desarrolla un sistema economico para enfrentar los problemas economicos basicos y los problemas referente al proceso productivo y comprendera que el metodo libre de productos a corto se rigen por Ley de Rendimiento Decrecientes.
 - 3.- Comprendera que la empresa productora desde el punto de vista legal adopta varias formas, y describira diferentes tipos de organizacion.
 - 4.- Comprendera que la oferta y la demanda constituyen las fuerzas principales del mercado en una economia empresa libre.
 - 5.- Comprendera que la ganacia de una empresa depende de la estrecha relacion entre los costos de produccion y el ingreso por ella alcanzado y que lo anterior requiere una optima combinacion de factores productivos fin de llegar a nivel de produccion de equilibrio que aumente las ganancias y reduzca las -- perdidas.
 - 6.- Comprendera que la macroeconomia estudia el funcionamiento global del sistema economico y que estas formas de contabilidad nacional abarcan un conjunto de tecnicas que revelan el estado de un sistema economico especifico.
 - 7.- Comprendera porque en los sistemas economicos contemporaneos el sector monetario juega un papel determinante.
 - 8.- Comprendera que el sector monetario de un pais funciona principalmente a -- traves del sistema bancario financiero.
 - 9.- Comprendera que el valor del dinero depende de la cantidad del mismo en circulacion y entendra que el gobierno busca contribuir a los ajustes del crecimiento y estabilidad economica mediante acciones que constituyen la politica monetaria.
 - 10.- Comprendera que el tipo de cambio de una moneda depende de las relaciones -- economicas de el pais con el resto del mundo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.-

OBJETIVO 1.-

- 1.1. Identificara la economia como ciencia positiva.
- 1.2. Definira Ley cientifica.
- 1.3. Explicara los metodos deductivo e inductivo.

- 1.4. Enumerara las necesidades materiales del hombre.
- 1.5. Explicara la produccion y el consumo
- 1.6. Describira los factores de la produccion.
- 1.7. Definira las falacias de razonamiento.
- 1.8. Definira la politica economica.
- 1.9. Explicara el proceso historico de los problemas economicos en el Feudalismo, -
mercanjilismo, capitalista y el liberalismo economico.
- 1.10 Explicara los problemas del capitalismo y las condiciones de ajuste social poli
tico y economico para el desarrollo.

OBJETIVO 2.-

- 2.1. Definira sistema economico
- 2.2. Identificara los cinco problemas centrales de toda economia,
- 2.3. Distinguirá los problemas de estabilidad y crecimiento economico.
- 2.4. Distinguirá el problema de centralizacion vs. descentralizacion economica.
- 2.5. Explicara los postulados de los sistemas capitalista, comunista y socialista.
- 2.6. Definira las leyes o principios economicos.
- 2.7. Explicara el proceso de escasez.
- 2.8. Clasificara los factores de la produccion.
- 2.9. Explicara las condiciones de la Ley de rendimiento decrecientes.
- 2.10 Explicara las tres etapas de la produccion,
- 2.11 Explicara la aplicacion practica de la Ley de rendimientos Decrecientes.
- 2.12 Describira el principio de eficacia economica.
- 2.13 Definira los conceptos nivel de produccion y capacidad productiva.

OBJETIVO 3.-

Explicara que la empresa es la unidad economica fundamental.

- 3.2. Describira la empresa individual
- 3.3. Describira la empresa colectiva
- 3.4. Explicara la sociedad anonima.
- 3.5. Identificara los elementos de financiamiento de la empresa.
- 3.6. Explicara las formas de valor de las acciones y el funcionamiento del mercado
de valores.
- 3.6. Explicara las formas de valor de las acciones y el funcionamiento del mercado
de valores.
- 3.7. Identificara los principales elementos de la contabilidad en una empresa.

OBJETIVO 4.

- 4.1. Explicara el concepto libre juego de oferta y demanda.
- 4.2. Definira la demanda
- 4.3. Explicara la Ley de la demanda
- 4.4. Definira la oferta
- 4.5. Explicara la Ley de la oferta
- 4.6. Explicara los determinantes tanto de la oferta como de la demanda.

OBJETIVO 5.

- 5.1. Definira el concepto " costos de produccion"
- 5.2. Definira " costos fijos y costos variables de produccion "
- 5.3. Explicara los costos marginales y promedios.
- 5.4. Clasificara los ingresos de una empresa.
- 5.5. Identificara el nivel de produccion de equilibrio
- 5.6. Definira los conceptos ganancia normal y ganancia excesiva

OBJETIVO 6.

- 6.1. Describira el enfoque macroeconomico.
- 6.2. Definira el concepto renta nacional.
- 6.3. Describira los metodos de rendicion de renta inicial.
- 6.4. Describira los metodos para medir el producto bruto de un pais.
- 6.5. Explicara como se deprecia el producto interno bruto y que resulta.

OBJETIVO 7.

- 7.1. Comparar la economia monetaria con la economia del trueque
- 7.2. Describira las funciones del dinero
- 7.3. Explicara los pajrones monetarios.
- 7.4. Explicara el concepto valor adquisicion del dinero

OBJETIVO 8.

- 8.1. Describira los objetivos y funciones del sistema bancario de un pais.
- 8.2. Explicara la organizacion del sistema bancario mexicano
- 8.3. Explicara las funciones de la banca central de un pais.

OBJETIVO 9.

- 9.1. Explicara la relacion entre las cantidades de dinero en circulacion y el nivel general de precios,
- 9.2. Explicara el concepto de velocidad del dinero
- 9.3. Explicara los objetivos de la politica monetaria
- 9.4. Describira las operaciones de expansion del credito bancario
- 9.5. Explicara el porque el credito bancario esta limitado por el sistema de reserva.

OBJETIVO 10.

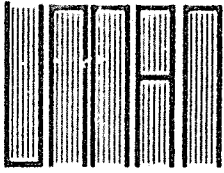
- 10.1. Identificara los medios de pago internacional o entrenaciones existentes.
- 10.2. Explicara el sistema de patron.
- 10.3. Explicara el sistema de fondo monetario internacional.
- 10.4. Definira la balanza de pagos
- 10.5. Explicara los diferentes elementos que integran la balanza de pagos.
- 10.6. Explicara los factores que determinan los tipos de cambios de una moneda.
- 10.7. Identificara las modalidades de tipo de cambio
- 10.8. Explicara las modificaciones a la pariedad y explicara las ventajas que obtiene un pais con la devaluacion de su moneda.

B I B L I O G R A F I A:

Tratado Moderno de Economia General, Antonio J. Gonzalez y Felipe Maza Zavala .
Ed.- South Western.

A T E N T A M E N T E
" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

APRECIACION ESTETICA.

INTEGRAR LOS CONOCIMIENTOS ESTETICOS EN EL -
CONTEXTO CULTURAL DE CADA ALUMNO Y FAVORECER EL RECONOCIMIENTO
DE ESTA RELACION COMO UNA EXIGENCIA DE LA CULTURA GENERAL, FOR
TALECER Y RACIONALIZAR EN LA MITAD DE LO POSIBLE EL JUICIO ES
TETICO DEL ESTUĐIANTE.



UNIVERSIDAD MEXICANA AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 304 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

PROGRAMA DE APRECIACION ESTETICA

FAC. DE L.C.C. III

OBJETIVO GENERAL.-

Integrar los conocimientos estéticos en el contexto cultural de cada alumno y favorecer el reconocimiento de esta relación como una exigencia de la cultura general, fortalecer y racionalizar en la medida de lo posible el juicio estético del estudiante.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

- 1.- El alumno distinguirá la relación que existe entre la estética, el arte y la belleza.
- 2.- Identificará y expresará conceptos sobre lo bello y la belleza predominantes en determinadas épocas y en el juicio de notables filósofos antiguos y modernos.
- 3.- Reconocerá los elementos esenciales que integran los más importantes estilos artísticos.
- 4.- Explicará el camino a seguir en el examen, análisis y evaluación de una obra de arte.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.-

OBJETIVO 1.

- 1.1. Expondrá ideas generales sobre el arte considerado como actividad humana encaminada a la creación de objetos estéticos.
- 1.2. Conocerá las cualidades generalmente aceptadas como propias de la belleza según diferentes enfoques.
- 1.3. Explicará el origen y significado de la voz estética, su relación desde el principio con la filosofía y sus actuales nexos con todas las ramas del arte y con diferentes disciplinas científicas.
- 1.4. Apreciará la experiencia artística como resultado del ejercicio de nuestro sentido y de nuestra inteligencia. Conocerá las siguientes proposiciones sobre lo bello: Lo bello tiene su origen en un ser espiritual universal.
Lo bello es una creación de nuestra propia conciencia.
Lo bello es una cualidad de los objetos en sí.
Lo bello es un producto de una relación entre el artista y su medio.
Reflexionará sobre las anteriores proposiciones y formulará adhesión o decisión.

OBJETIVO 2.

- 2.1. Conocerá la existencia de diferentes interpretaciones de los estéticos, tanto las que proceden de las escuelas tradicionales (platonismo, aristotelismo, neoplatinismo, Kantismo, negelianismo, sociologismo, ect.) como las que se originan en las actuales corrientes (estética, semiótica, estructuralista, cibernética, ect.)

- 2.2. Describira algunos conceptos pre-platonicos sobre lo bello. Explicara la estetica idealista fundada en las teorias de Platon. Conocera las ideas esteticas de aristoteles.
- 2.3. Advertira la importancia de las ideas esteticas de ciertos filosofos post-platonicos, como por ejemplo, Platino. Conocera la influencia en epocas ulteriores a este pensador.
- 2.4. Distinguirá las diferencias esenciales entre la estetica medieval y la renacentista, entre los fundamentos teologicos del arte y los humanisticos.
- 2.5. Conocera grandes rasgos la evolucion de las ideas en los siglos XVII, XVIII y XIX. Descartes, Kant, Marx, Hegel, Freud.

OBJETIVO 3.

- 3.1. Describira los rasgos fundamentales de los principales estilos artísticos:

Arte de prehistoria

Arte de los pueblos antiguos

Grecia y Roma, Estilos helenisticos y paleocristiano

Bizancio

Estilos de la Edad Media: el romantico y el gotico.

Arte islamico

El renacimiento

Manierismo y Barroco

Neoclasicismo

Romanticismo, realismo

Impresionismo

Expresionismo, Fauvismo

Cubismo y abstraccion

Otras tendencias del siglo XX

Arte mexicano: prehispanico, colonial y contemporaneo.

OBJETIVO 4.

- 4.1. Manejara un catalogo de voces alusivas a cuestiones esteticas y tecnicas artisticas. Explicara la postura estetica como la unica que el espectador puede asumir ante la obra de arte.
- 4.2. Aprendera a "leer" o a ver una obra de arte considerando a esta como formando parte de un lenguaje. Reconocera los principales agentes plasticos: espacio, materia, unidad, armonia, forma, proporcion, simetria, coherencia.

OBSERVACIONES METODOLOGICAS:

Componen el curso:

Exposicion de clases por el maestro y por los alumnos.

Lecturas e investigaciones.

Frecuentacion de la obra de arte.

- En el propio ambito de la facultad.

- En el area urbana

- En las ciudades y museos que nos sean accesibles

- En libros, audiovisuales y otros medios de difusion.

- En audisiones musicales de caracter didactico.

- En manifestaciones interpretativas o creativas a cargo de los alumnos que reu
nan condiciones para ello

- En galenos, estudios de artistas, debates, conferencias...

B I B L I O G R A F I A

Textos: Apuntes del maestro

Monroe C. Beardsley y Jhon Hospers. ESTETICA
Ediciones catedra Madrid.

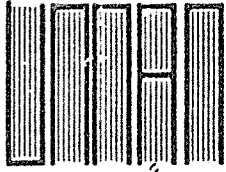
WILLIAM FLEMING ARTE MUSICA E IDEAS
Nueva editorial Interamericana.
Mexico.

Juan Salvat y colaboradores: HISTORIA DEL ARTE
Editorial Gustavo Gili
Barcelona.

M.D.D. Resumen Grafico de la Historia Del Arte.
Editorial Gustavo Gili
Barcelona.

A T E N T A M E N T E
" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA.

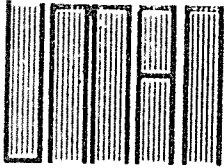


UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

E S T A D I S T I C A .

EL ALUMNO APRENDERA A ELABORAR ENCUESTAS QUE -
LE SIRVAN PARA TOMAR VALORES DE ELLAS, A GRAFICAR DATOS, A ENCON-
TRAR LAS MEDIDAS DE CENTRALIZACION Y DISPERSION Y ENCONTRARA RE-
LACIONES ENTRE DOS VARIABLES Y EL GRADO DE RELACION ENTRE ESTAS.
POR ULTIMO EL ALUMNO CONOCERA LA PROBABILIDAD -
Y LA APLICARA A PROBLEMAS ESPECIFICOS.



UNIVERSIDAD MEXICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE ESTADISTICA L.C.C. IV.

OBJETIVO GENERAL.-

El alumno aprendera a elaborar encuestas que le sirvan para tomar valores de ellas a graficar datos, a encontrar las medidas de centralizacion y dispersion y encontrar relaciones entre dos variables y el grado de relacion entre estas, por ultimo el alumno conocerá la probabilidad y la aplicara a problemas especificos.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- El alumno definira un analisis estadístico
- 2.- Aprendera los conceptos basicos
- 3.- Representara graficamente los datos
- 4.- Aprendera a hacer tablas de distribucion
- 5.- Calcular porcentiles
- 6.- Aplicara las medidas de tendencia a central a problemas concretos.
- 7.- Aplicara las medidas de dispersion a problemas concretos.
- 8.- Calculara la regresion
- 9.- Calculara la correlacion
- 10.- Aplicara la probabilidad a problemas.
- 11.- Estudiara la distribucion normal y sus aplicaciones.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

OBJETIVO i.-

- 1.1.- El alumno definira la estadística.
- 1.2.- Distinguirá las diferentes estadísticas
- 1.3.- Diferenciara entre poblacion y muestra
- 1.4.- Aprendera a manejar y distribuir las diferentes variables.

OBJETIVO 2.-

- 2.1.- Diferenciara las diferentes escalas
- 2.2.- Redondeara valores.

OBJETIVO 3.-

- 3.1.- Agrupara ;ps datos en tablas de frecuencias
- 3.2.- Agrupara los datos en tablas de frecuencias acumuladas
- 3.3.- Agrupara ;ps datos en tablas de frecuencias relativas

OBJETIVO 4.-

- 4.1.- Graficara los datos en histogramas
- 4.2.- Graficara los datos en poligonos
- 4.3.- Graficara los datos en diagramas circulares

OBJETIVO 5.-

- 5.1.- Calculara porcentiles
- 5.1.- Calculara rangos porcentiles

OBJETIVO 6.-

CONTINUA OBJETIVO 6.-

- 6.1.- Calculara la media
- 6.2.- Calculara la mediana y la moda
- 6.3.- Comparara las diferentes medidas de centralizacion
- 6.4.- Aprendera que ventajas y desventajas tiene cada una de ellas
- 6.5.- Analizara cual es el mas apropiado.

OBJETIVO 7.-

- 7.1.- Calculara el rango
- 7.2.- Calculara la varianza
- 7.3.- Calculara la desviacion tipica

OBJETIVO 8.-

- 8.1.- Entendera el concepto de correlación
- 8.2.- Graficara variables relacionadas
- 8.3.- Calculara el coeficiente de Pearson

OBJETIVO 9.-

- 9.1.- Entendera el concepto de regresion
- 9.2.- Aplicara la variacion desigual y el error estandard
- 9.3.- Utilizara la regresion lineal como recta de prediccion.

OBJETIVO 10.-

- 10.1.- Entendera el concepto de azar
- 10.2.- Aprendera las diferentes teorias de probabilidades
- 10.3.- Definira la probabilidad
- 10.4.- Enunciara las propiedades de las probabilidades
- 10.5.- Estudiara las probabilidades con variables continuas
- 10.6.- Aplicara las probabilidades a problemas especificos.

OBJETIVO 11.-

- 11.1.- Estudiara la distribucion normal.
- 11.2.- Aplicara la distribucion normal estandard

METODOLOGIA:

Dinamica de grupos, exposicion del maestro, participacion activa de los alumnos.

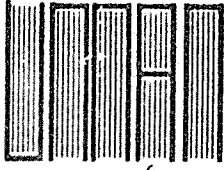
BIBLIOGRAFIA:

Haber/Runyon, Estadística General, fondo educativo Interamericano, S.A

Proaño, Humberto, Estadística aplicada a la Mercadotecnia, Diana.

Chao, Lincoln, Estadística con aplicaciones a las Ciencias Administrativas, Ed. McGraw

" LA VERDAD POR LA VERDAD "



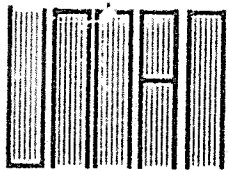
UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

COMUNICACION MASIVA .

LA COMUNICACION MASIVA, TEORIAS CONTEMPORANEAS -

DE LA COMUNICACION MASIVA USOS Y EFECTOS DE LA COMUNICACION AU
DIOVISUAL EN LA COMUNICACION MASIVA, GRUPOS. ESTUDIO DE LAS ACTI
VIDADES LOS COMICS.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE COMUNICACION MASIVA

FAC.DE L.C.C. IV

TEMARIO:

I.- LA COMUNICACION MASIVA

- a). Definición de Masa
- b). Características de la Comunicación Masiva
- c). Sociedad de Masas
- d). Cultura de Masas
- e). Medios Masivos de Comunicación

II.- TEORIAS CONTEMPORANEAS DE LA COMUNICACION MASIVA.

- a). Teoría de las diferencias individuales
- b). Teoría de la categorías sociales
- c). Teoría de las relaciones sociales.
- d). Teoría de las normas culturales.

III.-USOS Y EFECTOS DE LA COMUNICACION AUDIOVISUAL EN LA COMUNICACION MASIVA.

- a). Caracterología de los elementos que componen las emisiones de radio.
- b). Efectos y aspectos de las emisiones radiofónicas.
- c). La objetividad de la imagen.
- d). La influencia que la imagen ejerce sobre la personalidad del espectador a nivel inconsciente.
- e). El montaje.
- f). Características de la Televisión.
- g). Características de un audiovisual.
- h). Los medios de comunicación colectiva como industria cultural.

IV.- GRUPOS.

- a). Definición de grupo
- b). Características
- c). Clases de grupos
- d). Locomoción de grupo
- e). El grupo como un homeostato
- f). Clases de líderes grupales

V.- ESTUDIO DE LAS ACTITUDES

- a). Criterios para distinguir las actitudes de otros factores internos. (Sherif)
- b). Definición operacional de actitud. (Sherif)
- c). Cambio de actitud y proceso de interacción.
- d). Que cambia cuando cambia una actitud.

- e). Influencia ejercida por la forma de presentacion de la comunicacion.
- f). Naturaleza Emocional o racional de la comunicacion.
- g). Comunicacion con argumentos atemorizantes.
- h). Personalidad del receptor de la comunicacion persuasiva.
- i). Filiacion a grupos sociales y susceptibles a la influencia.
- j). Enfoque funcionalista.

VI.- LOS COMICS.

- a). Historia de los comics.
- b). Lenguaje de los comics.
- c). Personajes ambientes y situaciones.
- d). Caracteristicas de los personajes humanos.
- e). Intemporalidad, doble personalidad, exclusion de los heroes.
- f). Esquema Rigido "Buenos contra Malos"
- g). El azar, gran personaje de los comics.
- h). Los comics como medio de ideologizacion.

BIBLIOGRAFIA

Imperialismo y Medios Masivos de Comunicacion.

Autor: Jorge Vergara

Edit. Casa de las Americas.

Ciencias de la Comunicacion.

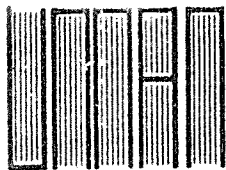
Colaboradores: Alvarez Barajas Enrique ,Guadarrama Olivera Adriana, Baqueiro Cardenas Lizbeth.

Edit.: Las Humanidades del S. XX.

CATEDRATICA: Lic.Irma Emilia Farfan Calva.

A T E N T A M E N T E
LA VERDAD POR LA VERDAD.

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA.



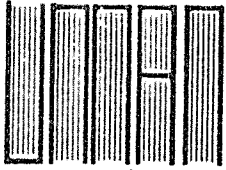
UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROBLEMAS POLITICOS Y SOCIALES DE MEXICO.

EL FUTURO COMUNIC@LOGO REQUIERE CONOCER LOS PRINCI
PALES PROBLEMAS ECONOMICOS Y SOCIALES QUE AFECTAN A NUESTRO PAIS
Y SUS POSIBLES SOLUCIONES.

ESTE CONOCIMIENTO DEBE DE SER EL MAS ACTUALIZADO -
POSIBLES Y APORTAR LAS SOLUCIONES A CADA UNO DE LOS PROBLEMAS
PLANEADOS.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE PROBLEMAS POLITICOS Y SOCIALES DE MEXICO

FAC. DE L.C.C. IV

FUNDAMENTACION:

El futuro comunicologo requiere conocer los principales problemas economicos y sociales que afectan a nuestro pais y sus posibles soluciones.

Este conocimiento debe ser lo mas actualizado posible y aportar las soluciones a cada uno de los problemas planeados.

OBJETIVO GENERAL:

Al finalizar el curso, el alumno sera capaz de identificar plenamente los principales problemas que aquejan al pais en el presente, tanto en el ambito economico como en el social, asi como ser capaz de discutirlo y proponer posibles soluciones. Se analizan los problemas relativos al comercio, industria, agrario y ganadero, vivienda, salubridad y educacion.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Conocera la problematica actual del comercio en sus distintas ramas.
- 2.- Investigara la importancia economica y social que tiene la industria en el desarrollo del pais.
- 3.- Estudiara el problema agrario y ganadero y aportara posibles soluciones.
- 4.- Aprendera la situacion actual de la vivienda en Mexico.
- 5.- Conocera los principales problemas de la salubridad y las oficiales soluciones al mismo.
- 6.- Investigara el problema educacional en sus distintos niveles en el pais.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 1.1. Clasificara el comercio.
- 1.2. Determinara la importancia del comercio en el sistema economico nacional.
- 1.3. Investigara el porcentaje de familias que viven de la actividad comercial.
- 1.4. Conocera los cambios sociales que propicia el comercio.
- 1.5. Analizara actividades colaterales al comercio.
- 1.6. Conocera la tecnica legal del comercio internacional.

- 2.1. Diferenciara entre pequena, mediana y gran industria.
- 2.2. Conocera la influencia que la industria ejerce en el ambito economico nacional.
- 2.3. Conocera los cambios sociales que propicia la industrializacion.
- 2.4. Analizara el impacto de la politica economica nacional en la industria en sus tres niveles.
- 2.5. Analizara el problema de empleo y desempleo dentro de la rama industrial.
- 2.6. Conocera ventajas y desventajas que representan las importaciones y exportaciones.
- 3.1. Diferenciara ejido y pequena propiedad, tanto agricola como ganadera.
- 3.2. Conocera la situacion economica que priva en cada una de las divisiones legales del campo.
- 3.3. Conocera la realidad social que priva en el campo.
- 3.4. Investigara los sistemas tecnicos modernos de aplicacion al campo.
- 3.5. Discutira la conveniencia de industrializar el campo.
- 4.1. Hara un analisis del problema de la vivienda en Mexico.
- 4.2. Conocera las soluciones que el gobierno propone al problema.
- 4.3. Investigara el impacto economico que representa al trabajador con salario minimo el resolver el problema de la vivienda.
- 4.4. Analizara la investigacion social que representa vivir en multifamiliares.
- 4.5. Realizara un estudio del precarismo.
- 4.6. Analizara el porcentaje que represente las casas de renta en relacion a quienes poseen casa propia.
- 5.1. Investigara los principales problemas de salubridad en nuestro pais.
- 5.2. Analizara el porcentaje que representa la partida destinada a salubridad en los egresos nacionales del pais.
- 5.3. Hara un estudio de las principales campanas sociales de los organismos oficiales de salud tanto en el Estado como en el pais.
- 5.4. Estudiara el problema de la contaminacion en el suelo, aire y agua, asi como el del ruido.
- 5.5. Conocera el funcionamiento de la Loteria nacional.
- 6.1. Conocera los organismos oficiales encargados de impartir la educacion en todos los niveles de Mexico.
- 6.2. Analizara el impacto economico para un trabajador de salario minimo con cuatro hijos en edad escolar en distintos niveles educativos.
- 6.3. Hara un estudio de los cambios sociales que propicia la educacion.
- 6.4. Analizar los sistemas audiovisuales como apoyo a la educacion.
- 6.5. Conocera la importancia del servicio Social de los nuevos profesionistas.

METODOLOGIA:

Investigacion por equipos de los temas a tratar. ' 12

Dinamicas de grupos.

Exposicion del maestro.

B I B L I O G R A F I A :

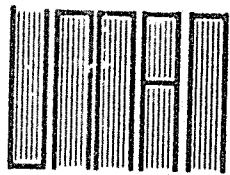
Dada la actualidad con que deben tratarse los temas, no existe una bibliografia.

Los alumnos deberan investigar los temas a traves de revistas, periodicos o publica--
ciones especializadas, realizar encuestas tanto a personas fisicas como a organismos
privados o publicos.

A T E N T A M E N T E .

" LA VERDAD P POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

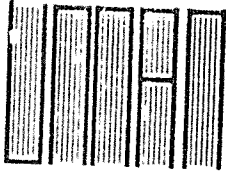
VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

FOTOGRAFIA BASICA.

HISTORIA DE LA FOTOGRAFIA COMPOSICIONES E IMA

GENES, TEORIA DE LUZ, Y COLOR ELEMENTOS DE LA CAMARA FOTOGRAFICA -

Y TIPOS LENTE.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 304 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE FOTOGRAFIA BASICA FAC. DE L.C.C. III

I.- HISTORIA DE LA FOTOGRAFIA

- Antecedentes
- Evolucion de la camara fotografica
- Invencion de la camara oscura
- Fotografia en color
- Importancia Social

II.- COMPOSICION E IMAGENES

- Lenguaje de las imagenes
- Imagen documental y simbolica
- Denotacion y connotacion
- Regla de tercios y horizontes
- Formas de la composicion
- Sentidos de las lineas

III.- TEORIA DE LA LUZ Y COLOR

- Terminso de fotografia
- Fenomenos de la luz
- Color e imagen
- Colores en films y Papel

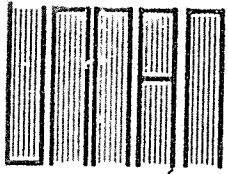
IV.- ELEMENTOS DE LA CAMARA FOTOGRAFICA

- Sensibilidad y ASA
- Rollos y equivalencias
- Partes de la camara
- Tipos de camara
- Obturador y diafragma
- Profundidad de campo

Tipos de lentes

A T E N T A M E N T E
" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA

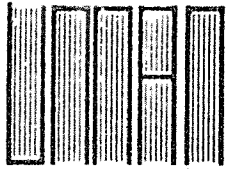


UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

SOCIEDAD Y POLITICA DE MEXICO.

EXPLICACION DE QUE ES UN CIUDADANO MEXICANO, RE
QUISITOS PARA SERLO, TRATA DE LOS EXTRANJEROS EN MEXICO, LIBERTAD
DES DE LOS MISMOS, RESTRICCIONES, EXPLICACION DE LA FORMA DE GOBIERN
NO EN MEXICO SUS CARACTERISTICAS Y EXPLICACIONES DE CADA UNA DE
ELLAS.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 215 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE SOCIEDAD Y POLITICA DE MEXICO

FACULTAD DE L.C.C. IV

- I._ Introduccion, repaso a los visto con el otro maestro, aclaracion de dudas, correccion de deficiencias del otro maestro, tales como explicacion de que es un ciudadano mexicano, Requisitos para serlo, trata de los extranjeros en Mexico, libertades de los mismos, restricciones, definicion de democracia soberania, explicacion de la forma de gobierno en Mexico, sus características y explicacion de cada una de ellas.
- II._ Poder Ejecutivo, características, representante, requisitos ara serlo, funciones, obligaciones, facultades.
- III._ Poder Legislativo, características, representantes, forma de elegirlos, - - requisitos para serlo. obligaciones, facultades, funciones.
- IV._ Poder Judicial, forma de organizacion, requisitos para pertenecer al mismo forma de elegirlos, funciones de cada uno de ellos, características, facultades.
- V._ Los Estados de la Federacion, forma en que estan organizados, facultades, tipos de gobierno, organizacion de sus tres poderes, EJECUTIVO LEGISLATIVO Y JUDICIAL. Sus relaciones con la federacion, sus obligaciones, sus formas de recaudacion.
- VI._ Los municipios de la Republica, explicacion, formas de gobierno, representantes, forma de elegirlos, sus leyes, su relacion con la federacion y con el estado a que pertenezca.
- VII._ Los partidos politicos, requisitos para formar cada uno, su funcion social su importancia, las formas que existen para que participen en la vida publica de Mexico.

LIC. AMADO LINCE CAMPOS.

Informe del programa de estudios de la materia de Antropología social, impartida al grupo de licenciados en ciencias de la comunicación I Trimestre, haciéndose la aclaración de que el suscrito tomó el grupo en el último tercio del trimestre de Septiembre a Diciembre de 1984.

INTRODUCCION.

DEFINICION. Explicación de la misma.

Factores que influyen para el comportamiento de los hombres de las distintas sociedades.

DESGLOSE DE LOS FACTORES ARRIBA SENALADOS,

La Familia

Su extracto Social

El Sexo $\frac{1}{4}$

La Educación

Estado Civil

Rango

Edad

Asociaciones

Explicación de los estudiosos de la Antropología Social y sus aportaciones.

LIC. AMADO LINCE CAMPOS.

Informe del programa de trabajo de la materia de Derecho Civil II, impartida al grupo de abogados III Tetramestre, haciendose la aclaracion de que el suscritor tomo el grupo dos semanas antes de que terminara el curso, tomandose las siguientes medidas: Los dias que tocaba la clase a ultima hora nos quedabamos a las diez de la noche para ver los temas que faltaban, y como durante el curso se vieron otras cosas ajenas a lo que deberia ser derecho Civil II- o sea bienes, derechos reales y sucesiones se opto en comun acuerdo con el suscrito, el grupo en su totalidad y la Lic. Hernandez, por ver los siguientes temas en forma sintetizada y con ejemplos, muchos por cierto para que los alumnos lograran una mejor comprension, ya que dichos temas no se vuelven a ver en ninguna otra materia del curso:

I._ Bienes. Su Definicion, Origen de la Palabra, Clasificacion, Ejemplos,

II._ Derechos reales. Definicion, caracteristicas, Ejemplos, Clasificacion:

- a)._ La Propiedad
- b)._ Servidumbres
- c)._ Posesion
- d)._ Uso
- e)._ Usufructuo
- f)._ Habitacion
- g)._ Accion Reivindicatoria
- h)._ La Prescripcion
- i)._ Interdictos

Explicacion de cada uno de ellos, con ejemplos, definicion, caracteristicas, subdivisiones, y tipos.

III._ Sucesiones.

Definicion. Caracteristicas, clasificacion en el Derecho Mexicano, explicacion de cada una de ellas con ejemplos y la teoria procesada de cada una en la legislacion de nuestro Estado.

Herencias Testamentarias

Herencias Legitimas

BIBLIOGRAFIA.

"Los conceptos elementales del materialismo historico"

Marta Harnecher.

"Sociologia" (Problemas Teoricos y Metodologicos)

V. Osipor Guennadi.

"Ideologia y Aparatos Ideologicos del Estado."

Louis Altusser.

BIBLIOGRAFIA BASICA

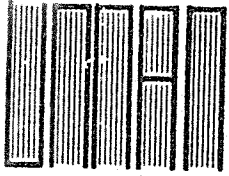
Montenegro, Walter; Introduccion a las doctrinas politico-economicas,
FCE. 1982, Mexico.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

Ady Maurice; Dialogo en el infierno entre maquivelo y Montesquieu, Seix
Barral, 1979, Mexico.

A T E N T A M E N T E
" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA

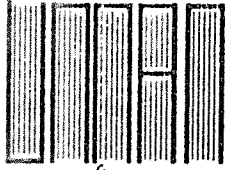


UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION

DISTINGUIRA LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL CAMPO DE
LAS ACTIVIDADES, EN BASE A LA PERCEPCION E IMAGENES DEL COMUNICA
DOR, CONSIDERANDO SU PERTENENCIA A LOS GRUPOS SU TRABAJO EN EQUIPO
HASTA IDENTIFICAR LOS EFECTOS DEL COMPORTAMIENTO Y LOS EFECTOS -
QUE PARTEN EN EL PROCESO.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION.

FAC. DE L.C.C. IV

OBJETIVOS GENERALES:

El alumno, a partir de las definiciones de los conceptos emisor, mensaje, medio y receptor, distinguira los factores que intervienen en el campo de las actitudes, en base a la percepcion e imagen del comunicador, considerando su pertenencia a los grupos, su trabajo en equipo hasta identificar los efectos en el comportamiento y los factores que participan en el proceso.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Determinara la relacion de Psicologia y comunicacion social estableciendo - características esenciales del publico y su aprendizaje.
- 2.- Definira comunicador como personalidad, sus relaciones generales y trabajo en equipo.
- 3.- Definira mensaje distinguiendo los aspectos tareas, campos de aplicacion y etapas de analisis.
- 4.- Definira receptor en cuanto a personalidad mencionando las características significativas e indicando pertenencia a los grupos como miembros del publico disperso.
- 5.- Distinguirá las intenciones del comunicador y el mensaje definiendo el medio y la seleccion del tema.
- 6.- Explicar la imagen del comunicador en el receptor, las características de la misma.
- 7.- Enunciara los problemas de percepcion y el medio distinguiendo las categorías sobre la compulsion del medio.
- 8.- Indicara las direcciones del receptor y del medio distinguiendo las categorías sobre la compulsion del medio.
- 9.- Enunciara los efectos del comportamiento en las actitudes y opiniones.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.-

Del objetivo 1.-

- 1.1. Definira comunicacion social.
- 1.2. Senalara los principios de comunicacion segun Morris.
- 1.3. Distinguirá los conceptos de comunicacion y lenguaje.
- 1.4. Mencionara los factores del proceso de comunicacion.
- 1.5. Enunciara las clases de comunicacion.
- 1.6. Definira el termino publico.
- 1.7. Especificara las acarcteristivas esenciales y accidentales,del publico.
- 1.8. Definira la mochedumbre.
- 1.9. Definira el concepto de grupo.

DEL OBJETIVO 2

- 2.1. Definira el concepto comunicador.
- 2.2. Explicara el proceso de la autorepresentacion del comunicador.
- 2.3. Determinara el trabajo del comunicador en equipo.
- 2.4. Enunciara las actitudes del comunicador con sus relaciones.
- 2.5. Establecera las formas de instituciones periodisticas.
- 2.6. Distiguira los interesados en la labor de comunicador.

DEL OBJETIVO 3.-

- 3.1. Definira el mensaje.
- 3.2. Destinguira el mensaje como objeto.
- 3.3. Diferenciara en el analisis del mensaje los siguientes aspectos:
 - 3.3.1. Tareas
 - 3.3.2. Campo de aplicacion del analisis puro
 - 3.3.3. Analisis amplio
- 3.4. Mencionara las cuatro etapas del analisis segun osgood

DEL OBJETIVO 4

- 4.1. Definira el receptor
- 4.2. Explicar el punto de receptor en cuanto a su personalidad
- 4.3. Mencionara las cirscuntanñas significativasde las relaciones sociales del receptor.
- 4.4. Indicara los estudios de la comunicacion social directa.
- 4.5. Definira conductor de opiniones
- 4.6. Definira pertenencia a los grupos
- 4.7. Explicar el receptor en cuanto a miembro del publico disperso.

DEL OBJETIVO 5

5.1. Distinguirá en el comunicador y el mensaje.

“ a) Intenciones del comunicador b) Selección del tema c) D

5.2. Describirá al comunicador bajo la compulsión del mensaje.

5.3. Definirá al medio

DEL OBJETIVO 6

6.1. Explicará la imagen del receptor en el comunicador.

6.2. Distinguirá la imagen del comunicador en el receptor.

6.3. Explicará la imagen del receptor en las facetas del comunicador.

6.4. Distinguirá las características personales de la imagen del receptor (Como conductor, héroe, idolo.

6.5. Determinará los mecanismos de identificación y proyección.

6.6. Diferenciará los fenómenos de prestigio, credibilidad, sugestión e influencia

DEL OBJETIVO 7

7.1. Enunciará los problemas de percepción en la fase comunicativa.

7. 7.1.1. Indicará los tres momentos en la fase comunicativa

7.2. Determinará el transcurso de la atención.

7.3. Diferenciará en la comprensión del lenguaje el nivel de comprensión y la comprensión.

7.4. Distinguirá los procesos en la órbita emocional.

7.5. Distinguirá la distancia del tiempo Psíquicos

DEL OBJETIVO 8

8.1. Indicará las dos direcciones del receptor y el medio.

8.2. Distinguirá las categorías sobre la compulsión del medio.

8.2.1. de la percepción

8.2.2. de la libertad y la obligación de la conducta.

8.2.3. de la libertad y obligación en el tiempo.

8.2.4. situación especial.

8.2.5. Situación social.

8.2.6. "Conservar y Vivo"

8.3. Diferenciará los factores.

8.4. Función y significado de los medios.

8.5. prestigio y credibilidad de los medios.

DEL OBJETIVO 9

9.1. Definir el concepto efectos.

9.2. Distinguirá las modificaciones en los siguientes procesos

- 9.2.1. Comportamiento
- 9.2.2. Saber
- 9.2.3. opiniones y actitudes
 - 9.2.3.1. Según Merton
 - 9.2.3.2. Según Cooper
- 9.2.4. En la orbita emocional.
- 9.2.5. En las esferas profundas de lo psiquico.

TEMARIO._

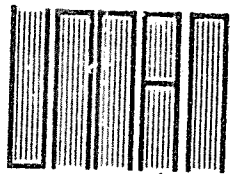
- 1.- La psicologia y la comunicacion
- 2.- Factores en el campo de la comunicacion
- 3.- Mensaje
- 4.- Receptor
- 5.- El comunicador y el mensaje
- 6.- El comunicador y el receptor
- 7.- La fase comunicativa
- 8.- Efectos de la comunicacion social

LIBRO BASE:

MALETZKE G. PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION SOCIAL Ed. Ciespal, Ecuador, 1976.

A T E N T A M E N T E
" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA



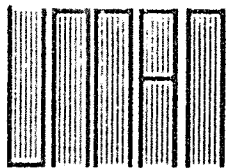
UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

INTRODUCCION A LAS RELACIONES P U B L I C A S .

EL ALUMNO SERA CAPAZ DE DEFINIR Y COMPRENDER
EL CONCEPTO Y LAS FUNCIONES DE LAS RELACIONES PUBLICAS EN EMPRE
SAS PUBLICAS Y PRIVADAS. ASI COMO SUS ELEMENTOS Y POLITICAS.

ADEMAS DE LA FORMA DE INTRODUCCION DE LAS -
MISMAS PARA LA ELABORACION DE PROGRAMAS.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE INTRODUCCION A LAS RELACIONES PUBLICAS FAC. DE L.C.C. V

OBJETIVO GENERAL.-

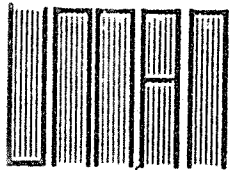
El alumno sera capaz de definir y comprender el concepto y las funciones de las Relaciones publicas en empresas Publicas y Privadas, asi como sus elementos y politicas. Ademas de la forma de interaccion de los mismos para elaboracion de programas.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

- 1.- Comprendera y definira el concepto de relaciones publicas en empresas publicas y privadas .
- 2.- Conocera e interpretara los distintos tipos de herramientas de las cuales se valen las Relaciones Publicas para Lograr sus objetivos, asi como la forma en que se interrelacionen
- 3.- Analizara los publicos diversos involucrados con la empresa y comprendera la forma en que estas afectan o benefician a la misma. Ademas de estudiar su clasificacion.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.-

- 1.- Analizara el concepto de Relaciones Publicas.
- 2.- Conocera y analizara las funciones de Relaciones Publicas en empresas publicas y privadas.
- 3.- Conocera de la estructura el departamento de Relaciones Publicas y sus funciones.
- 4.- Conocera de las diferencias y vinculos existentes en las relaciones publicas y sus diversas herramientas.
- 5.- Se analizara la forma en que se interrelacionan las herramientas para alcanzar los objetivos de las Relaciones publicas.
- 6.- Analizara las relaciones Publicas como funcion integral de la Organizacion.
- 7.- Analizara la clasificacion de las Relaciones Publicas Internas.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1987 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE INTRODUCCION A LAS RELACIONES PUBLICAS

FAC. , DE L.C.C. V

FUNDAMENTACION.-

Las Relaciones Publicas son el conjunto de actividades realizadas por cualquier organizacion para la creacion y mantenimiento de de buenas relaciones entre los miembros de la organizacion y entre las organizaciones y los demas sectores de la opinion publica, o "publicos" tales como proveedores, clientes, comisionistas gobierno y publico en general, a fin de proyectar ante ellas una imagen favorable de la organizacion que le permita sostener su actividad y procurar su desarrollo.

Las Relaciones Publicas constituyen parte fundamental en la vida de toda organizacion ya que todos sean del tipo que fueren, se desenvuelven en un medio en que estan rodeadas por un gran publico compuesto de diversos grupos o sectores de personas que de una manera influyen en el desarrollo de su actividad.

OBJETIVO GENERAL:

El alumno sera capaz de definir y comprender el concepto y las funciones de las Relaciones Publicas en empresas publicas o privadas, asi como sus elementos y politicas. Ademas de la forma de interaccion de los mismos para la elaboracion de programas.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Comprendera y definira el concepto y las funciones de las Relaciones Publicas en empresas publicas y privadas.
- 2.- Conocera e interpretara los distintos tipos de herramientas de las cuales se valen las Relaciones Publicas para lograr sus objetivos, asi como la forma en que se interrelacionan.
- 3.- Analizara los publicos diversos involucrados con la empresa y comprendera la forma en que estas afectan o benefician a la misma. Ademas de estudiar su clasificacion.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Objetivo 1.-

Objetivo 1.-

- 1.1. Analizara el concepto de Relaciones Publicas.
- 1.2. Conocera y analizara las funciones de Relaciones Publicas en empresas- Publicas o Privadas
- 1.3. Conocera de la estructura del departamento de Relaciones Publicas y sus funciones.

Objetivo 2.-

- 2.1. Conocera de las diferencias y vinculos existentes en las relaciones - publicas y sus diversas herramientas.
- 2.2. Se analizara la forma en que se interrelacionan las herramientas para alcanzar los objetivos de las Relaciones Publicas.
- 2.3. Analizara las relaciones Publicas como funcion integral de la organizacion.

Objetivo 3.-

- 3.1. Analizara la clasificacion de las Relaciones Publicas internas.
- 3.2. Estudiara y analizara las Relaciones con accionistas y inversionistas y organizaciones financieras comprendiendo:
 - Su importancia
 - Informacion que se debe proporcionar
 - Medidas que se utilizan
- 3.3. Estudiara y analizara las relaciones con los clientes actuales.

TEMARIO:

- 1.- Antecedentes historicos.
- 2.- Concepto de la funcion de relaciones Publicas.
- 3.- Importancia de las Relaciones Publicas
- 4.- Las Relaciones publicas internas.
- 5.- Las Relaciones Publicas, como funcion de la organizacion.
- 6.- Relaciones con los accionistas, inversionistas en general y organizaciones financieras.
- 7.- Relaciones con las organizaciones financieras.
- 8.- Relaciones con los clientes actuales y potenciales.
- 9.- Relaciones con los proveedores.
- 10.- Relaciones con el gobierno.
- 11.- Relaciones con la comunidad y los medios masivos de Comunicacion.
- 12.- Planeacion de la funcion de Relaciones Publicas

13.- Organizacion de la funcion de las Relaciones Publicas.

METODOLOGIA:

- Exposición del maestro
- Exposición del alumno
- Trabajo individual
- Trabajo por equipo
- Visitas
- Exposición por invitados.

SISTEMAS DE EVALUACION.-

- Examen (es) parcial (es)
- Examen final
- Participación en clase
- Criterio del maestro
- Asistencia
- El curso semestral es de 36 sesiones de las cuales se destinan 3 a los exámenes parciales.

BIBLIOGRAFIA BASICA.-

Relaciones Publicas, Jorge Rios Szalay
Relaciones Publicas, Principios, casos principios.
Moore, Ed. C.E.C.S.A.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA.

MANUAL DE RELACIONES PUBLICAS I y II, Philip Lesly Ed. Martinez Roca.

" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 719 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PUBLICIDAD I
QUINTO TETRAESTRIMESTRE

FUNDAMENTACION.-

Una de las más importantes áreas de la carrera de Ciencias de la Comunicación es la Publicidad Comercial e institucional.

Además de ser una de las industrias más importantes, la publicidad es la manera de informar, orientar, vender, persuadir y convencer a las personas para que actúen de acuerdo a la información recibida.

Precisamente este gran poder que puede ejercer la Publicidad sobre la conducta humana, exige una preparación muy profunda con los campos de psicología, la Sociología, la Economía, las Ciencias Sociales y diversos aspectos técnicos para que el alumno comprenda la magnitud de la fundación que la publicidad ejerce en la Sociedad Actual.

OBJETIVO GENERAL.-

El alumno conocerá los aspectos generales de los Procesos de Publicidad, los elementos que la integran y las relaciones mutuas entre ellos por lo tanto estará capacitado para elaborar investigaciones de mercadeo con sus aspectos sociales, culturales, publicitarios y comerciales; así como diseñar, realizar y evaluar campañas publicitarias, ya sea dentro de una organización (de cualquier índole) o como especialista independiente de este ramo.

Además se proporcionará la información adecuada para la toma de decisiones, en cuanto afectan a los distintos procesos publicitarios.

Este programa es la primera parte de dos que tendrá continuación en el siguiente tetraestrimestre en donde se tratarán los temas de los procesos creativos, se analizarán los diversos medios publicitarios y finalmente las técnicas de evaluación de la eficiencia publicitaria.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

- 1.- Conocerá la aplicación del método - de sistemas a la Publicidad
- 2.- Aprenderá los procesos publicitario
- 3.- Analizará las funciones y objetivos de la publicidad
- 4.- Conocerá el desarrollo de un producto y la mezcla promocional
- 5.- Analizará los aspectos económicos y sociales de la publicidad
- 6.- Aprenderá los procesos administrativos, tales como técnicas
- 7.- Aprenderá los fenómenos psicológicos y de comportamiento, relacionados con la publicidad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.-

- I.1 Introducción
- I.2 Se buscará la definición de un sistema integrado e interrelacionado -- entre institución y operación (Cohen, p.p. 21-22)
- 2.2 Analizará los procesos administrativos. (Cohen p.p. 32)
- 2.2 Analizará los procesos de comunicación (Cohen p.p. 37)
- 2.3 Conocerá el proceso creativo (Cohen p.p. 40)
- 2.4 Analizará los procesos sociales y económicos. (Cohen p.p. 41)
- 2.5 Conocerá el proceso de integración (Cohen p.p. 46)
- 3.1 Aprenderá cuales son los objetivos y metas de la publicidad (Cohen p.p. 49-62)
- 3.2 Aprenderá cuales son los principales medios publicitarios (Cohen p.p. 63)
- 4.1 Aprenderá que es un producto y su desarrollo (Cohen p.p. 94-97)
- 4.2 Conocerá los objetivos y tácticas para la fijación de precios (Cohen p.p. 103-106)
- 4.3 Conocerá cuales son los canales de distribución (Cohen p.p. 106-108)
- 4.4 Aprenderá que es la venta personal y como apoyan las relaciones públicas a la publicidad. (Cohen p.p. 112-113)
- 5.1 Analizará los aspectos económicos de la publicidad (Cohen p.p. 145-147)
- 5.2 Analizará como se obtiene la utilidad, como se componen los costos y los precios en la publicidad. (Cohen 155-163)
- 5.3 Conocerá como elige el consumidor y la relación con la competencia (Cohen p.p. 163-162)
- 5.4 Analizará los aspectos sociales --- respecto a sus valores culturales y el nivel de la vida (Cohen p. 176)

- 27
- 5.5 Distinguirá los factores de la publicidad subliminal (Cohen p. 183-186)
 - 5.6 Explicará la función de la publicidad desde el punto de vista del consumidor. (Cohen 197-201)
 - 6.1 Aprenderá las principales técnicas de investigación y las funciones comerciales. (Cohen p. 258-261)
 - 6.2 Analizará los gastos y el presupuesto de Publicidad. (Cohen p.p. 282-285)
 - 6.3 Conocerá las funciones de las Agencias de publicidad. Cohen 321-331
 - 7.1 Analizará los aspectos psicológicos (Cohen p. 382-384)
 - 7.2 Investigará las diferentes motivaciones y sus puntos de vista (Cohen p.p. 393-395)
 - 7.3 Investigará aspectos relacionados con el comportamiento (Cohen p. 408-410)
 - 7.4 Investigará las diferentes clases sociales y su influencia en la estructura de valores. (Cohen p. 416-418)
 - 7.5 Conocerá como las actitudes y el estilo de vida forman toda una sociedad (Cohen 418-423)

ETODOLOGIA.-

Exposición del maestro y el alumno, dinámicas de grupo.

EVALUACION.-

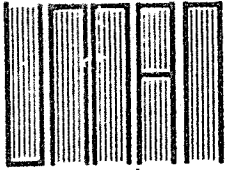
Asistencia
Participación en clase
2 exámenes parciales
Examen parcial

BIBLIOGRAFIA BASICA.-

Publicidad Comercial, Dorothy Cohen, Editorial Diana

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA.-

Seducción Subliminal, Wilson Bryan, Editorial Diana.
Introducción a la Publicidad. A.j. Brewster. H:H: Palmer Ed. C:E:C:SLA:
La Publicidad. Eulalio Ferrer. Textos y Conceptos. Ed. Trillas. 1980
Comunicación y Relaciones Públicas. Edward J. Robinson Ed. C:E:C:S:A:
Publicidad. Holtje, McGraw Hill, Serie Shaum. 1981.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

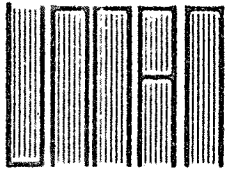
VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

OK

LCC 1053

PERIODISMO I.

EL ALUMNO OBTENDRA EL CONOCIMIENTO DEL PERIO
DISMO COMO MEDIO DE COMUNICACION AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD
Y DE FORMACION DE OPION, DISTINGURA LOS INSTRUMENTOS DEL PE
RIODISMO EN GENERAL, Y ANALIZARA LA NOTICIA COMO GENERO PRI
MORDIAL EN LA PRENSA ESCRITA.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

014

PROGRAMA DE PERIODISMO I

FAC. DE L.C.C. V

FUNDAMENTACION:

A traves de este programa el alumno obtendra el conocimiento del periodismo como medio de comunicacion de servicio a la comunidad y de formacion de opinion; distinguira los instrumentos del periodismo en general y analizara la NOTICIA como genero primordial en la prensa escrita.

OBJETIVOS GENERALES:

El alumno conocera y analizara el periodismo como medio de informacion y enjuiciamiento de los hechos humanos de interes colectivo.

Distinguirá la fisonomia propia de la prensa, la radio y la television como medios de informacion .

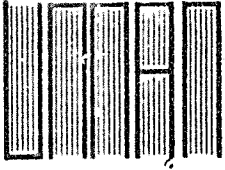
Descubrirá la estructura de la NOTICIA como base del periodismo informativo.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Comprendera la esencia del Periodismo, jerarquizando los terminos de su definicion.
- 2.- Describira la diferencia entre los diversos instrumentos del periodismo.
- 3.- Distinguirá los generos periodisticos que corresponden al Periodismo Objetivo y los del subjetivo.
- 4.- Conocera las distintas actividades que entran en juego para la elaboracion de un diario.
- 5.- Explicara el procedimiento para obtener informacion.
- 6.- Clasificara la NOTICIA en relacion a sus carcteristicas particulares, a la consue del suceso y a la fuente informativa.
- 7.- Desglosara las partes constitutivas que se han de tomar en cuenta para la redaccion de la NOTICIA.

TEMARIO:

- 1.- El periodismo con informacion y enjuiciamiento de hechos,
- 2.- Los instrumentos del periodismo.
- 3.- Generos periodisticos.
- 4.- Personal de un diario
- 5.- Obtencion de informaciones.

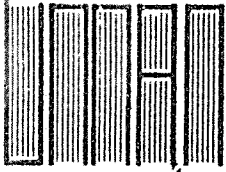


UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

M E R C A D O T E C N I A I.

ESTE PROGRAMA ES EL PRIMER CURSO DE MERCADO
TECNIA, DIRIGIDA A LOS ALUMNOS DE LIC. EN CIENCIAS DE LA CO
MUNICACION CON ESPECIALIDAD EN PUBLICIDAD, PERIODISMO Y RELA
CIONES PUBLICAS Y DEPENDIENDO DE LA ESPECIALIDAD.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 364 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE MERCADOTECNIA I

FAC. DE L.C.C. V

INTRODUCCION:

Este programa es el 1er. Curso en el Area de Mercadotecnia, dirigido a los alumnos de las carreras de Licenciaturas en Ciencias de la Comunicacion con especialidad en Publicidad, Periodismo y relaciones Publicas, y dependiendo de la especialidad el alumno cursara otras asignaturas que son:

- A) Mercadotecnia II
- B) Mercadotecnia III
- C) Seminario de Casos Practicos de mercado y publicidad.

FUNDAMENTACION:

En este progrma el alumno sabra que desde que el hombre dejo de ser autosuficiente y empezo a intercambiar cosas con sus semejantes buscando satisfacer sus necesidades, ha sido preocupacion de algunas instituciones de " identificar, anticipar y satisfacer dichas necesidades como deseos de las personas". Enfatizando algunas de estas instituciones en las ultimas decadas al adoptar el concepto de marketing.

De ahi la importancia de tener una estrecha y constante comunicacion con los mercados, implementando para ellos planes mercadologicos, eficientes sistemas de precios, distribucion, metodos de ventas, emplear los mejores y adecuados medios de comunicacion, organizar eficientemente los factores de produccion ir buscando asi el logro de los objetivos de la organizacion.

OBJETIVO GENERAL:

En esta asignatura el alumno sabra la importancia que tiene la mercadotecnia en una institucion, ya sea productora o de servicio, las diversas actividades tecnicas, sistemas, ect. que se desarrollan para satisfacer tanto las necesidades fisicas como las psicologicas de lso consumidores o usuarios.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Conocera el origen y las diversas tareas de la mercadotecnia.

- 2.- Explicara los sistemas de mercadotecnia, como el medio ambiente.
- 3.- Explicara el proceso de mercadotecnia estrategica.
- 4.- Distinguirá las formas de organizar el Depto de mercadotecnia.
- 5.- Analizara el mercado de consumo y el comportamiento del comprador.
- 6.- Explicara los mercados del productor, revendedor y del gobierno.
- 7.- Diferenciara los metodos para medir y predecir
- 8.- Conocera las bases para segmentar y seleccionar los mercados.
- 9.- Conocera el proceso de la planeacion de la mercadotecnia y la fijacion de metas y presupuestos.

TEMARIO:

- 1.- Tareas y filosofia de mercadotecnia.
- 2.- El sistema mercadotecnico y el medio ambiente.
- 3.- Mercadotecnia estrategica.
- 4.- La organizacion de la mercadotecnia.
- 5.- Los mercados de consumo y el comportamiento del comprador.
- 6.- Los mercados del productor, del revendedor y del gobierno.

METODOLOGIA:

- 1.- Exposicion por parte del maestro y alumno.
- 2.- Investigacion bibliografica.
- 3.- Dinamica de grupos.
- 4.- Participacion en la clase de los alumnos.
- 5.- Tareas practicas por parte de los alumnos.

EVALUACION:

- 1.- Exámenes parciales
- 2.- 1 examen final.
- 3.- Participacion en clase
- 4.- Exposicion de clase.
- 5.- 2 Tareas realizadas.

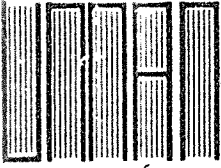
BIBLIOGRAFIA:

Texto Base.-

- 1.- Direccion de Mercadotecnia
Autor: Philip Kotler.

Textos Complementarios:

- 1.- Fundamentos de Marketing Ed. McGraw Hill
Autor: William J. Stanton.



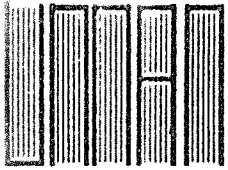
UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PSICOLOGIA DE GRUPOS.

EL ALUMNO IDENTIFICARA LOS PROCESOS QUE -
SE LLEVEN A CABO EN GRUPO, PERMITIENDO ASI, DISTINGUIR LAS -
FASES EN LA RELACION DE GRUPO, DESDE LA PERCEPCION HASTA LA
COMUNICACION, HASTA LOGRAR LA TOMA DE DECISIONES Y CONFLICTOS.

PRETENDIENDO ASI LA IDENTIFICACION DE LOS PA
PELES FUNCIONALES DE CADA INDIVIDUO EN EL DESEMPEÑO EN EL -
GRUPO.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE PSICOLOGIA DE GRUPOS

FAC. DE L.C.C. V.

FUNDAMENTACION:

A traves de este programa el alumno identificara los procesos que se llevan a cabo en un grupo, permitiendo asi, distinguir las fases en la relacion de grupo, desde la percepcion hasta la comunicacion, hasta lograr la toma de decisiones y conflictos. Permi-
tiendo asi la identificacion de los papeles funcionales de cada individuo en el de-
sempeño en el grupo.

OBJETIVO GENERAL:

El alumno senalara los diferentes procesos de grupo, en el inicio de la formacion, e-
identificara errores los roles y la actividad del lider, asi como los pasos para la -
solucion de un problema en equipo.

OBJETIVOS PARTICULARES

- 1.- Identificara los factores de la comunicacion en grupo.
- 2.- Describira los tipos de membresias.
- 3.- Distinguirá las metas individuales y las de grupo, su relacion con la productivi-
dad.
- 4.- Definira el concepto que norma y dara las clasificaciones de las normas.
- 5.- Distinguirá los roles de grupos y nombres.
- 6.- Describira las acracteristicas del lider y los estilos de liderazgo.
- 7.- Explicara los pasos en la solucion de problemas y las interrogantes que surgen en
la solucion de problemas.
- 8.- Determinara las fuentes de conflicto y los pasos para la prediccion y solucion.
- 9.- Analizara las consecuencias del trabajo de grupos pequenos.

TEMARIO:

- 1.- Percepciopn y comunicacion.
- 2.- Membresia o pertenencia.
- 3.- Metas.
- 4.- Roles.
- 5.- NOrmas
- 6.- Liderazgo.

2.- Basic Marketing. Ed. International Edicion

Autor: Jerome McCarthy

3.--Fundamentos de Mercado Moderno Ed. Prentice/Hall Int.

Autores: Cundiff, Still y Govani.

4.- Fundamentos de Mercadotecnia. Ed. Limusa.

Autores Lipson y Darling.

5.- Mercadotecnia y el Medio Ambiente, Ed. Diana

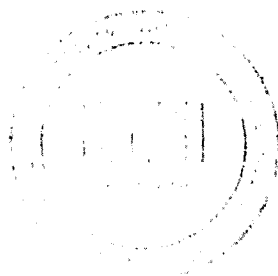
Autores: Hollawag y Hancock.

6.- Administración de Mercadotecnia Ed. Diana.

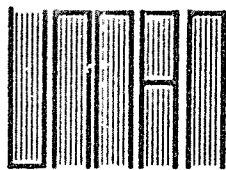
Autor: Jhon A. Howard.

7.- Estrategias básicas de mercadotecnia. Ed. Trillas.

Autor: Robert W Frye.



LIBRARY
UNIVERSITY OF
MICHIGAN



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1987 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

02

FOTOGRAFIA (LABORATORIO I)

UNA DE LAS HERRAMIENTAS MAS USADAS EN ESTA -

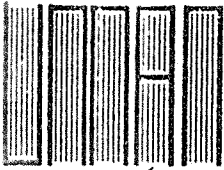
EPOCA ES LA COMUNICACION GRAFICA, PUES TIENE UNA GRAN CAPA

CIDAD DE SINTESIS DE MENSAJE.

LE FACILITA AL RECEPTOR SU ASIMILACION EN -

MENOR TIEMPO, EN ESTE CONTEXTO, CORRESPONDE A LA PRINCIPAL

INSTRUMENTO PARA FORMALIZAR ESTE TIPO DE COMUNICACION.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES *cl*

PROGRAMA DE LABORATORIO DE FOTOGRAFIA-I

FAC. DE L.C.C. VII

FUNDAMENTACION:

Una de las herramientas mas empleadas en esta epoca que nos toca vivir, es la comunicacion grafica, pues tiene una gran capacidad de sintesis de mensaje. le facilita al receptor su asimilacion en menor tiempo. En este contexto, corresponde a la fotografia ser el principal instrumento para formalizar este tipo de comunicacion. La publicidad no se puede sustraer a este principio, y emplea cada vez y con mayor frecuencia, las distintas tecnicas y estilos fotograficos, en la elaboracion de mensajes, ya sea en apoyo de estos e incluso, como sucede a menudo, este va implicito en la fotografia misma.

De lo anterior se deduce la necesidad de estudiar la tecnica fotografica, y mas importante aun, la aplicacion de esa tecnica en la comunicacion publicitaria.

OBJETIVOS GENERALES:

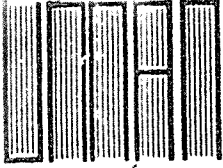
El alumno conocerá y aplicará la técnica fotográfica en los diferentes campos de la práctica profesional de la publicidad y se capacitará para analizar y evaluar el contenido gráfico de las imágenes, aplicables al área de su desempeño profesional.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- El alumno reconocerá y diferenciará los distintos tipos de fotografías, según los usos aplicaciones a que estén destinados.
- 2.- Conocerá y diferenciará lo que es la fotografía comercial, industrial y publicitaria.
- 3.- Conocerá y realizará prácticas de laboratorio en el proceso de blanco y negro; -- además conocerá la película KODALITH
- 4.- Comprenderá la interacción de los siguientes elementos; películas, luz, exposición, obturador, diafragma, óptica fotográfica, equipo de iluminación, y filtros-- todo lo anterior para una óptima realización fotográfica.

TEMARIO:

- 1.- Diferentes tipos de fotografía
- 2.- Empleo de la fotografía y sus procesos



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

011

RELACIONES PUBLICAS INTERNAS

A TRAVES DE ESTA MATERIA SE PRETENDE INCLUIR
AL ALUMNO DE LA CARRERA DE CIENCIA DE LA COMUNICACION EN EL
ANALISIS DE AQUELLOS ASPECTOS RELACIONADOS CON LA ORGANIZA
CION.

ESTO CON EL OBJETO DE IDENTIFICARLO CON LOS AS
PECTOS NECESARIOS ESTABLECIENDO NEXOS, CON LAS RELACIONES IN
DUSTRIALES PUES LA PRACTICA ORGANIZAL, EXISTE VINCULO QUE EL
PROFESIONISTA DE LA ORGANIZACION HA DE CONOCER Y COMPRENDER.

- 3.- Distintos tipos de película y formatos de cámara.
- 4.- Luz, su medición, equipos y técnicas de alumbrados.
- 5.- Prácticas de laboratorio y su campo.

METODOLOGIA:

Exposición del maestro, participación y análisis de los alumnos, prácticas de laboratorio, trabajos de campo.

EVALUACION:

Exámenes a criterio del maestro. Trabajos entregados.

BIBLIOGRAFIA

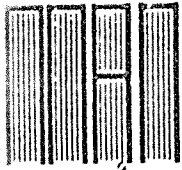
Enciclopedia Salvat de la Fotografía. Varios tomos. Salvat Editores.

The Techniques of photography. time life.

La otra faz de Kodac Ediciones.

" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

011

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1987 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE RELACIONES PUBLICAS INTERNAS

FAC. DE L.C.C. VI

FUNDAMENTACION.

A traves de esta materia se pretende inducir al alumno de la carrera de Ciencias de la Comunicacion en el analisis de aquellos aspectos relacionados con la organizacion; esto con el objeto de identificarlo con los conceptos necesarios estableciendo nexos con las Relaciones Industriales pues la practica organizacional, existe vinculacion que el profesionista de la comunicacion ha de conocer y comprender.

OBJETIVO GENERAL:

El objetivo general es el que el alumno analice los conceptos que intervienen en el proceso de las Relaciones Industriales definiendo sus conceptos basicos, diferenciandolos de la Relaciones Publicas.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Explicara los antecedentes historicos que dieron origen a las relaciones industriales.
- 2.- Analizara que es la organizacion y sus metas.
- 3.- Identificara los objetivos generales y especificos del area de relaciones industriales, identificando los siete departamentos que integran esta area.
- 4.- Explicara cada uno de los objetivos generales y especificos de los departamentos de Relaciones Industriales.
- 5.- Definira el concepto de capacitacion, Adiestramiento, mencionando las herramientas utilizadas en esta area.
- 6.- Definira el concepto de Relaciones laborales, identificandó cinco de las etapas que integran el area.
- 7.- Definira el concepto de medicina industrial y cuatro de las areas que la integran.
- 8.- Definira el concepto generico de compensaciones, analizando seis de las areas que lo integran.
- 9.- Definira el concepto de prestaciones y beneficios; identificando las areas que lo integran.
- 10.- Definira el concepto investigacion y desarrollo organizacional, identificando cinco de las areas que lo integran.
- 11.- Definira el concepto seleccion y contratacion de personal, analizando

01

las etapas que maneja esta area.

- 12.- Explicara la diferencia existente entre Relaciones Publicas y Relaciones Industriales.
- 13.- Elaborara un trabajo por escrito sobre temas relacionadas con el analisis hechos en clase.

TEMARIO:

- 1.- Antecedentes historicos.
- 2.- La organizacion y su objetivo.
- 3.- Presentacion General de Relaciones Industriales y Relaciones Publicas.
- 4.- Capacitacion y adiestramientos.
- 5.- Relaciones Laborales.
- 6.- Medicina y Seguridad Industrial.
- 7.- Compensaciones.
- 8.- Prestaciones y beneficios.
- 9.- Investigacion y desarrollo organizacional.
- 10.- Seleccion y contratacion.
- 11.- Relaciones Publicas y Relaciones Industriales.

METODOLOGIA:

Exposicion del maestro y del alumno.

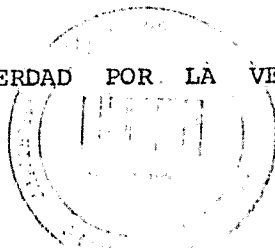
EVALUACION:

Un examen medio y uno final. elaboracion de un trabajo final como requisito.

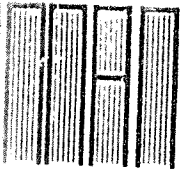
BIBLIOGRAFIA BASICA:

Psicologia de la Conducta Industrial, S. Smith y H. Wakeley. Ed. Mc. Graw Hill.

" LA VERDAD POR LA VERDAD. "



DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA:



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

OK

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

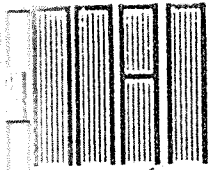
1000000

PUBLICIDAD II.

UNA DE LAS MAS IMPORTANTES AREAS DE LA CA
RRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION ES LA PUBLICIDAD CO
MERCIAL E INSTITUCIONAL.

ADEMAS DE SER UNA DE LAS INDUSTRIAS MAS IMPOR
TANTES, LA PUBLICIDAD ES LA MANERA DE INFORMAR, ORIENTAR, -
VENDER, PERSUADIR Y CONVENCER A LAS PERSONAS PARA QUE AC
TUEN DE ACUERDO A LA INFORMACION RECIBIDA.

I
D
r
S
e
a
a



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 314 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE PUBLICIDAD II

FAC. DE L.C.C. VI.

FUNDAMENTACION:

Una de las mas importantes areas dentro de la carrera de Ciencias de la Comunicacion es la Publicidad comercial e institucional. Ademas de ser una de las industrias mas importantes, la publicidad es la manera de informar, orientar, vender, persuadir y convencer a las personas para que actuen de acuerdo a la informacion recibida.

Precisamente este gran poder que puede ejercer la publicidad sobre la conducta humana, exige una preparacion muy profunda en los campos de la Psicologia, la sociologia, la economia, las ciencias sociales, y diversos aspectos tecnicos, para que el alumno comprenda la magnitud de la funcion que la publicidad ejerce en la sociedad actual.

OBJETIVO GENERAL:

En este curso que es la segunda parte de la materia de Publicidad, y estructurado como continuacion del semestre anterior, el alumno conocerá los diversos procesos creativos aplicados en los diferentes medios publicitarios y tambien su tecnica como evaluar la eficiencia de la publicidad.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Aprendera los procesos creativos dentro de la publicidad.
- 2.- Analizara los diversos medios publicitarios como periodicos, revistas, radio television, publicidad exterior, correo y promociones de venta.
- 3.- Evaluar la eficiencia publicitaria en sus diversos campos.

METODOLOGIA:

Exposicion del maestro y del alumno, mesa redonda, dinamicas de grupo, visitas a estudios de radio y television (sujeto a confirmacion).

EVALUACION:

- Asistencia
- Participacion en clase
- 2 Exámenes parciales (programados)
- Otros exámenes parciales criterio del maestro. (no programados)
- Examen final.

011

BIBLIOGRAFIA BASICA:

Publicidad comercial, Dorothy Cohen, Ed. Diana.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

Introduccion a la publicidad, A.J. Brewster y otros. Ed. C.E.C.S.A.; 6a. Imp., 1980.

Introduccion a la practica de las artes graficas Harley E. Jackson Ed. Trillas 4a. Imp.

Manual de artes graficas, R. Randolph Karch, ED. Trillas 4a. Imp. 1981

Tecnicas de las Noticias en Television, CBS News, Ed. Trillas 2a. Imp., 1981

Publicidad, Holtje, McGraw Hill, Serie Schaum, 1981.

" LA VERDAD POR LA VERDAD "

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE PERIODISMO II

FAC.L.C.C. VI

PRESENTACION :

La presente asignatura es la continuacion y complemento de lo estudiado en periodo I. El objetivo es que constituya un mosaico mas para que el alumno realice de un modo organizado la obtencion de la informacion periodistica, en donde la entrevista periodistica constituye el objetivo central.

OBJETIVO GENERAL :

El alumno sera capaz de obtener informacion, opiniones y datos personales, a traves de las entrevistas periodisticas o noticiosas, de opinion o de semblanza.

OBJETIVOS PARTICULARES :

Distinguir la diferencia entre noticia, de opinion y de semblanza.

Explicar las caracteristicas de la entrevista, la encuesta, la conferencia de prensa.

Desglosar las diversas fases de la entrevista :

Preparacion, realizacion, examen de datos y redaccion.

Valorar la importancia de la entrevista noticiosa como elemento primordial en

la mayor parte de las noticias.

Distinguir la estructura de la entrevista de opinion.

Analizar la estructura de la entrevista de semblanza.

Clasificar los tres tipos de entrevistas.

CONTENIDO :

Entrevista noticiosa, de opinion y de semblanza (diferencia)

Encuesta y conferencia de prensa

Fases de la entrevista en general.

Realizacion de la entrevista noticiosa.

Realizacion de la entrevista de opinion.

Realizacion de la entrevista de semblanza.

METODOLOGIA :

Asesoria del maestro y de alumno y practicas individuales.

EVALUACION:

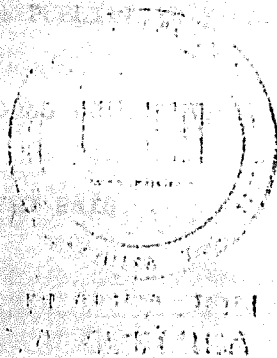
- Trabajo realizado en las secciones
- Trabajos finales
- Exámenes teóricos a criterio del maestro

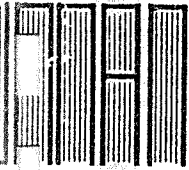
BIBLIOGRAFIA BASICA:

- Borrego Salvador, periodismo trascendente
- Warren, Carl, N; Generos Periodisticos Informativos Ed. A.T.E.
- Johnson, Stanley ,El Reportero profesional Ed. Trillas.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA:

- Cople, Neale; Un Nuevo Concepto del Periodismo Edit. Pax-México.
- Martínez Alberto José L; Redacción Periodística. -Edit. A.T.E.





UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

LCC 1064

MERCADOTECNIA II.

A TRAVES DEL ESTUDIO DE LA MERCADOTECNIA EL -

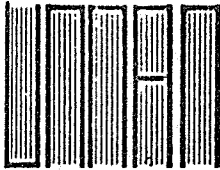
ALUMNO PODRA LLEGAR A CONOCER MAS PROFUNDAMENTE LAS DIFERENTES

NECESIDADES DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACION PUBLICAS Y ADE

MAS AREAS EN GENERAL DE LOS ASPECTOS ECONOMICOS, POLITICOS

O SOCIAL DE NUESTRO PAIS.

i
o
s
e
a
a
t



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 344 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

OK

PROGRAMA DE MERCADOTECNIA II

FAC. L.C.C. VII

FUNDAMENTACION .

Este curso es importante para el plan de estudios de la carrera de licenciado en ciencias de la comunicación, ya que a través del estudio de la mercadotecnia el alumno podrá llegar a conocer más profundamente las diferentes necesidades de la publicidad y las Relaciones Públicas y demás áreas en general de las empresas públicas o privadas y dentro de los aspectos económicos, político e social de nuestro país.

OBJETIVOS GENERALES .

El objetivo principal de este curso es que el alumno sea capaz de aplicar de los conocimientos básicos e fundamentales de Mercadotecnia por medio de la elaboración de un trabajo final acerca de la creación de un nuevo producto o servicio del mercado de la Ciudad de Monterrey, tomando como apoyo principal los temas contenidos en el curso.

OBJETIVOS PARTICULARES .

- 1.-Conocera y aplicara las diversas combinaciones de productos y estrategias de marcas.
- 2.-Conocera las diferentes estrategias sobre el desarrollo de nuevos productos.
- 3.-Comprendera y discutira la estrategia del Ciclo De Vida de un Producto.
- 4.-Analizara las diferentes decisiones sobre precios del producto
- 5.-Identificara las diversas decisiones sobre Canales de Distribucion que existen.
- 6.-Comprendera las decisiones sobre Comunicacion y Promocion.
- 7.-Analizara los diversos tipos de organizacion de Mercadotecnia
- 8.-Estudiara los diversos sistemas para lograrlo en control de actividades
- 9.-Identificara los Analisis de Ventas , Costos y Utilidades.
- 10.-Deducira y discutira el enfoque social de MERCADOTECNIA.

TEMARIO .

- productos
- Marcas
- Precios
- Distribucion
- Promocion
- Organizacion
- Control
- Ventas
- Costos
- Utilidades.

METODOLOGIA .

La conduccion general del curso sera en grupos, formados por un numero de 3 no ni mayor de 5.

Estos grupos seleccionaean el producto que no exista actualmente en el mercado

OC

-para realizar su trabajo durante todo el semestre y hacer su presentacion final del mismo.

La clase estara dividida en 4 sesiones por la semana, las 3 primeras se dedicara a la exposicion del tema por parte del maestro y discucion de los mismos entre los alumnos y el maestro, la ultima seccion sera para que los alumnos trabajen en equipo en el desarrollo de su trabajo final.

En ocasiones habra tareas e investigaciones ha realizar por lo alumnos sobre temas relacionados con la materia. Todas las actividades del trabajo ha realizar durante el semestre seran de grupos, excepto los exámenes de la participacion que sera indibiduales.

EVALUACION .

Sera durante todo el semestre que comprendera .

Primer examen mensual	20%
Segundo examen mensual	20%
Tercer examen mensual	20%
Trabajo final subtentado	40%
Total	100%

BIBLIOGRAFIA BASICA .

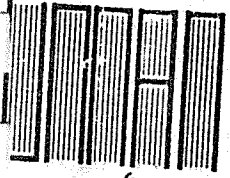
Dircción de mercadotecnia. Analisis, Planeacion y Control 2a y 3a Ed. Philip K. Ed. Diana.

BIBLIOGRAFIA DE APOYO.

_Fundamentos de Marketing. William J. Stanton
--Mercadotecnia(Concepto y Estrategias) Martin L. Bell. Ed. C.E.C.S.A.
-Mercadotecnia una enfoque integrade
Weldon J. Taylor
Ed. Trillas.



UNIVERSIDAD DEL PACIFICO
LIBRERIA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 364 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

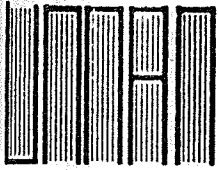
on

LCC 1066

LABORATORIO (FOTOGRAFIA II).

EN ESTE CONTEXTO CORRESPONDE SER A LA FOTOGRAFIA
SER EL PRINCIPAL INSTRUMENTO PARA FORMALIZAR ESTE TIPO DE CO
MUNICACION.

LA PUBLICIDAD NO SE PUEDE SUSTRAR A ESTE PRINCI
PIO Y EMPLEA CADA VEZ Y CON MAYOR FRECUENCIA LAS DISTINTAS
TECNICAS Y ESTILOS FOTOGRAFICOS.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 304 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE I LABORATORIO DE FOTOGRAFIA II

FAC. DE L.C.C. VII

OK

FUNDAMENTACION:

Una de las herramientas mas empleadas en esta epoca que nos toca vivir, es la comunicacion grafica, pues tiene una gran capacidad de sintesis de mensaje. le facilita al receptor su asimilacion en menor tiempo. En este contexto, corresponde a la fotografia ser el principal instrumento para formalizar este tipo de comunicacion.

La publicidad no se puede sustraer a este principio, y emplea cada vez y con mayor frecuencia, las distintas tecnicas y estilos fotograficos, en la elaboracion de mensajes, ya sea en apoyo de estos e incluso, como sucede a menudo, este va implicito en la fotogrania misma.

De lo anterior se deduce la necesidad de estudiar la tecnica fotografica, y mas importante aun, la aplicacion de esa tecnica en la comunicacion publicitaria.

OBJETIVOS GENERALES:

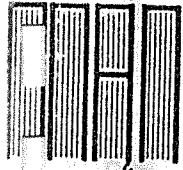
El alumno conocerá y aplicará la técnica fotográfica en los diferentes campos de la práctica profesional de la publicidad y se capacitará para analizar y evaluar el contenido gráfico de las imágenes, aplicables al área de su desempeño profesional.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- El alumno reconocerá y diferenciará los distintos tipos de fotografías, según los usos aplicaciones a que estén destinados.
- 2.- Conocerá y diferenciará lo que es la fotografía comercial industrial y publicitaria.
- 3.- Conocerá y realizará prácticas de laboratorio en el proceso de blanco y negro; -- además conocerá la película KODALITH
- 4.- Comprenderá la interacción de los siguientes elementos; películas, luz, exposición, obturador, diafragma, óptica fotográfica, equipo de iluminación, y filtros-- todo lo anterior para una óptima realización fotográfica.

TEMARIO:

- 1.- Diferentes tipos de fotografía
- 2.- Empleo de la fotografía y sus procesos



UNIVERSIDAD MEXICO ²⁴ AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL N. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

LCC 1071

RELACIONES PUBLICAS EXTERNAS.

EL ALUMNO SE IDENTIFICAR CON LOS ELEMNTOS

DE APOYO NECESARIO EN LA PROFESION, VINCULANDOS EN LAS

SITUACIONES PRACTICAS Y DE ESTA MENRA FORMAR UN COMUNICA

DOR TEORICA Y VIVENCIAL CAPACITADO PARA RESOLVER LAS SI

TUACIONES QUE EN SU DESEMPEÑO ENFERENTARA.

i
D
,
S
e
a
a

I
I
Y
7

a
L

E

t



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 304 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1993 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE RELACIONES PUBLICAS EXTERNAS

FAC. DE L.C.C. VII

FUNDAMENTACION.-

Esta materia permite al alumno identificarse con elementos de apoyo necesario en la profesión; vinculándose con las situaciones prácticas y de esta manera formar un comunicador teórico y vivencial capacitado para resolver las situaciones que en su desempeño enfrentará.

OBJETIVO GENERAL.-

Que el alumno sea capaz de analizar las teorías motivacionales, identifique las variables del manejo de juntas, organizaciones de eventos internos y externos.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

1. Analizará y diferenciará las teorías motivacionales mencionando su definición y características.
2. Analizará la importancia de los teléfonos en la imagen de la organización.
3. Analizará la importancia de la papelería impresa y de la correspondencia en la organización.
4. Identificará etapas que se requieren en la habilitación de eventos.
5. Planear y habilitar juntas de trabajo.
6. Analizará los elementos que integran la promoción de eventos.
7. Planeará sesiones de enseñanza-aprendizaje.
8. Elaborará investigación teórico-práctica.

ENRARIO.-

1. Motivación a los públicos.
2. Teoría de McGregor y F. Herzberg, Maslow.
3. El teléfono.
4. Impresos y correspondencia.
5. Sistemas de organización de eventos.
6. Planeación de juntas de trabajo.
7. Publicidad interna y externa.
8. Presentación de conferencias.

06

METODOLOGIA.-

Exposición del maestro y alumno en la organización.

- Elaboración de un trabajo como requisito.

BIBLIOGRAFIA BASICA.-

Relaciones publicas. Wkniclander y R.W. Miller Ed. Hispana Europea

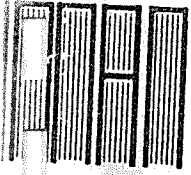
Relaciones Públicas. Autor: L. Wgovoy_Linon, Colección ESADE

Manual de Desarrollo de Personal. Craig_Bittel

ASTD Psicología de la Conducta Industrial. Smith y Wakeley. Ed. Trillas.



PLANEACION
ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

066

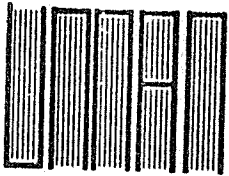
VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

LCC 1072

DISEÑO Y ANALISIS DEL MENSAJE PUBLICITARIO.

EL ALUMNO SERA CAPAZ DE ANALIZAR Y DISEÑAR MENSAJES PUBLICITARIOS, SON LOS QUE VERIFICARA LA ASIMILACION DE LOS CONCEPTOS ASICOMO DEL DOMINIO DE LAS TECNICAS QUE CORRESPONDAN.

L
D
/
S
e
a
a



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1963 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE DISEÑO Y ANALISIS DE MENSAJE PUBLICITARIO.
FAC. L.C.C. VII

INTRODUCCION.-

Tomando en cuenta la consideración y la importancia que para el futuro publicista reviste el conocimiento amplio de los elementos utilizables en la producción y trasmisión de mensajes publicitarios, así como la adquisición de pautaa de análisis y de decódificación de los mismos, en este curso se pretende dotar al alumno de la información suficiente que le permita estructurar con originalidad sus mensajes, con plena consciencia del papel que éstos juegan dentro del proceso de comunicación social actual.

OBJETIVO GENERAL.-

Cómo resultado de las actividades académicas y prácticas realizadas en este curso, - el alumno será capaz de diseñar y analizar mensajes publicitarios, son lo que verificará la asimilación de los conceptos así como del dominio de las tecnocas que corresponden.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

- 1.- Reconocer y definir la función social del mensaje publicitario.
- 2.- Analizar formas particulares de anuncios publicitarios.
- 3.- Redactar textos publicitarios para diferentes medios de comunicación masiva.
- 4.- Reañizará Logotipis y Slogans.
- 5.- Describir formas de destacar la publicidad.

METODOLOGIA.-

Exposición del maestro y del alumno, practicas individuales e investigaciones indi--
viduales y grupales.

EVALUACION.-

- Exámenes parciales.
- Calificación de practicas de diseño y análisis de mensajes.
- Examen Final.

BIBLIOGRAFIA:

- Texto básico. Introducción a la Publicidad. Brewster, Palmer e Ingraham. Ed. CECSA.
1980.
Textos complementarios. La comunicación y la Mass Media. Abraham Moles. Ed. Mensajero
1975.
Semiótica de la Publicidad.
Georges Péninou. Ed. Gustavo Gili. 1976.
Publicidad. Herbert F. Holtje. Ed. Mc. Graw, 1961.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 304 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

LCC1074

AUDIOVISUAL I.

AL FINALIZAR EL CURSO EL ALUMNO CONOCERA Y COMPRENDERA, ANALIZARA Y RELATIZARA LA PLANEACION, ELABORACION PRESENTACION Y ELABORACION Y PRODUCCION DE PROGRAMAS AUDIOVISUALES EN MULTIMAGEN DONDE SE UTILIZARAN PROGRAMADORES.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

AUDIOVISUAL I

FAC. DE L.C.C. VII

10774

FUNDAMENTACION:

Un equipamiento biologico y poco especifico y poco especializado, junto al lenguaje capacidad de transformar la naturaleza para ponerla a su servicio, fueron las condiciones necesarias para llevar al hombre por el camino de la evolucion psicosocial y biologica que hoy conocemos, el hombre es hombre a traves del trabajo y la comunicacion, por ello, por ello no es concebible sin estas capacidades. Comunicar se convierte as en una funcion central para la especie, sobrevivir es en alguna forma comunicar, si este evento de una importancia tal que la ciencia y la tecnologia no puedan permanecer ajenos a este fenomeno como objeto de estudio; es de esta forma que la comunicacion ha incursionado en las instituciones universitarias como una ciencia social en el campo de las humanidades.

Preparar comunicologos y comunicadores profesionales, se ha convertido en delicada tarea por que el avance de las Ciencias de la Comunicacion, las posibilidades tecnologicas que los medios ponen a nuestra disposicion y la tecnica para su uso, se nos abren un camino que si bien puede llevarnos a la liberacion y realizacion humana, tambien puede llevarnos a la enajenacion del hombre por el hombre mismo. Bajo estos postulados hemos querido programar la materia de MEDIOS Y TECNICAS DE COMUNICACION II. Planteados la necesidad de que, los enfoques puramente basicos del curso, se ven complementados con una solida preparacion teorica y tecnologica.; comunicar es hacerlo por y para el hombre es hacerlo el y para la sociedad,

OBJETIVO GENERAL:

Al finalizar el curso el alumno conocerá, comprenderá, analizará y realizará la planeacion, elaboracion, presentacion y produccion de programas audiovisuales en multi-imagen donde se utilizaran programadores.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- Comprenderá lo que es multi-imagen y analizará las situaciones especificas en que debera utilizarse en la presentacion de mensajes.
- 2.- Identificará los distintos tipos de formatos, elaborará originales para Kodak y conocerá los distintos tipos y peliculas utilizables en sus programas.

- 012
- 3.- Conocera los proyectores, grabadoras; hara uso desde uno hasta tres proyectores y realizara practicas de audio.
 - 4.- Estara capacitado para elaborar guiones literariostecnicos y elaborara un programa audiovisual en multi-imagen.

TEMARIO:

Que es un programa audiovisual, multi-imagen, multi-media?
tipos de programas en cuanto al mensaje publico y finalidad.
Formatos de pantallas
Formatos de montura.
Originales para Kodalith
Originales para foto composicion.
Copy Stand
Filtros fotograficos.
Peliculas para transparencias.
Revelado
Proyectores.
Grabadoras de impulsos
Programadores
Equipo Tecnico de audio: Voz, Musica, Efectos.
Planeacion; Guion literario, guion tecnico, presupuesto.
Elaboracion: Sincronizacion de Voz y musica, sincronizacion de impulsos
Presnetacion
Evaluacion

METODOLOGIA:

Exposicion del maestro y alumno.
Ejecucion de laboratorios
Practicas
Presentaciones

EVALUACION:

Presentacion, Practicas, Laboratorios, Exámenes diagnosticos a criterio del maestro

BIBLIOGRAFIA

Se elaborara un folleto con la participacion de los maestro que tengan asignada.
La produccion en multi-imagen.- Ed. Multivision Audiovisual
Tecnicas audiovisuales.

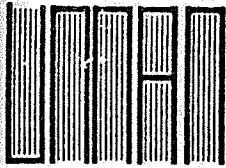
OK

Planificación y producción de materiales audiovisuales.

" LA VERDAD POR LA VERDAD. "



DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA
PLANEACION
ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

02
LCC1075

PERIODISMO COMPARADO.

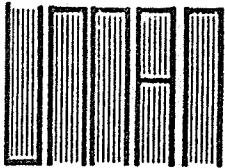
COMPARAR EL SISTEMA DE REDES INFORMATIVOS

OPERANTES A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.

COMO SE PRACTICA LA TAREA INFORMATIVA EN DIS

TINTOS LUGARES Y FRENTE A DISTINTOS PROBLEMAS Y LAS

CONSECUENCIAS DERIVADAS PARA LOS SISTEMAS SOCIALES.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1963 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE PERIODISMO COMPARADO.
FAC. DE L.C.C. VII

540127

INTRODUCCION.-

No siempre las comparaciones son odiosas, como se verá en este curso. Una de las maneras de conocer se realiza a través de comparaciones sistematicas. En el caso del Periodismo que se da en la Radio, Prensa y Televisión, debemos entender que las noticias aparecidas hoy en un espacio, no todas tuvieron su Origen en el perimetro local del medio de comunicación encargado de difundirlas. Una buena dosis de contenidos se origina en lugares remotos a los que el informador local no tiene acceso directamente en personas. Su conexión se realiza a través de una red de servicios informativos que, a nivel mundial emiten y reciben noticias sin interrupcion. Para muchos periodicos y medios electronicos de comunicación el mundo es lo que reciben a través de las agencias informativas. Mucho más economico es suscribirse a una agencia de noticias que tener un corresponsal en un lugar estrategico en el mundo.

OBJETIVO GENERAL.-

Comparar el sistema de redes informativas operantes a nivel, nacional e internacional; como se practica la tarea informativa en distintos lugares y frente a distintos problemas y las consecuencias derivadas para los sistemas sociales.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

- A. Conocerá las agencias de noticias y su sistema de operación.
- B. Entenderá la importancia y consecuencias de los sistemas de información.
- C. Evaluará un conjunto de problemas que enfrenta hoy la actividad informativa y la manera en que las han enfrentada las empresas de información en algunas naciones.
- D. Analizará comparativamente la Prensa Nacional y la Internacional.

TEMARIO.-

1. Origenes y desarrollo del sistema internacional de la información .
2. El principio de la libre circulación de información
3. La estructura del sistema informativo internacional.
4. El nuevo orden internacional de la información.

- 5.- Prominencia de la noticia frente a la tesis del imperialismo informativo. 016
6.-La prensa ante problemas de supervivencia.
7.-El periodista como materializador de la información.
8.-La electrónica y la información
9.-Hacia la libertad de prensa.

EVALUACION DEL CURSO :

Habrán dos exámenes parciales y un examen final comprensivo que evaluará el aspecto académico del curso.

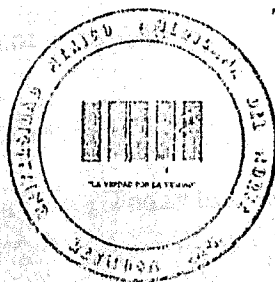
Los ejercicios comparativos de prensa que el alumno realizara en el transcurso del curso son también aspectos muy importantes de la calificación final que obtenga el estudiante. Esta calificación final será el promedio del primer examen parcial (cuyo valor es de un 15%), el segundo examen parcial (es de un 15%), los ejercicios comparativos de prensa (de 30%) y el examen final comprensivo (40%).

METODOLOGIA :

Exposición del maestro durante la clase y ejercicios comparativos de prensa realizados en casa por los alumnos, a entregar en las fechas estipuladas.

BIBLIOGRAFIAS BASICAS :

Lopez Escobar, Esteban. Analisis del NUEVO ORDEN Ed. EUNSA.



PLANEACION
ACADEMICA

PROGRAMA DE ASIGNATURA:

REGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION: **VI**

FUNDAMENTACION:

LOC 1076^{2h}

El conocimiento de las Normas Juridicas que regulan la actividad social en un determinado aspecto, es fundamental para cualquier profesional ya que toda actividad humana está sujeta a determinadas reglas de conducta, de ahí que el profesional de la comunicación social tenga la necesidad de conocer al menos en su parte elemental las normas básicas con que regula la comunicación social ya que de su conocimiento dependerá posteriormente su actuación y sobre todo en este campo que por disposición de la propia Legislación, la misma se considera de orden público y su no observancia trae como consecuencia que el Estado intervenga de oficio en su regulación sin esperar instancias de partes.

OBJETIVO GENERAL:

Que el alumno comprenda las disposiciones legales a que está sujeto como profesional de la comunicación.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 1.- El alumno comprenderá el concepto de Garantía y sus clasificaciones.
- 2.- Comprenderá el concepto de la Libertad de expresión y la Libertad de imprenta y el derecho de información.
- 3.- Comprenderá el alcance de la Ley de Imprenta.

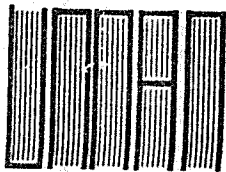
TEMARIO:

- I.- Estudio de las Garantías Individuales. Su concepto, su clasificación. Algunos ejemplos.
- II.- Estudio específico de las Garantías contenidas en los Artículos 6o y 7o. Constitucionales.
- III.- Estudio específico del Derecho a la información.
- IV.- Estudio específico de algunos aspectos que se relacionan con la comunicación social, de la Ley Federal sobre Derechos de autor.

METODOLOGIA:

PLANA
ACADEMICA

El estudio del derecho es eminentemente técnico, razón por la cual el



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1963 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1963 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

OK

ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS

EN ESTE CURSO SE DESCRIBEN LAS FASES DE LA

ADMINISTRACION, DE RECURSOS HUMANOS, QUE VAN DESDE

EL TRATAMIENTO DE SUELDOS Y SALARIOS HASTA CULMINAR

CON LAS AUDITORIAS RELATIVAS A LAS CONDICIONES DEL

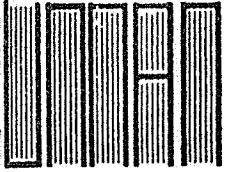
PERSONAL.

ES UN CURSO BASTANTE ANALITICO EN DONDE SE

EXPONEN LAS TECNICAS DE INTRODUCCION, LAS RELACIONES

ENTRE TRABAJADORES Y LA DIRECCION, LA FORMA DE LLEVAR

A CABO LA EDUCACION, ETC.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL N. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS

FAC. DE L.C.C. VII

DESCRIPCION BREVE DE LA MATERIA:

En este curso se describen las fases de la administracion de recursos humanos que van desde el tratamiento de sueldos y salarios hasta culminar con las auditorias relativas a las condiciones del personal. Es un curso bastante analitico en donde se exponen las tecnicas de introduccion, las relaciones entre trabajadores y la direccion, las formas de llevar a cabo la educacion y el entrenamiento interno en las empresas, las situaciones que originan las medidas de higiene y seguridad industrial asi como las necesarias etapas de la comunicacion entre las personas que intervienen en el proceso de administrar recursos humanos. Se incursiona tambien en la tecnica de desarrollo organizacional como medida que ha dado buenos resultados en la administracion moderna y se describen las implicaciones de la terminacion de las relaciones de trabajo.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO:

Al finalizar las actividades y experiencias de aprendizaje de la presente curso, el alumno debera ser capaz de:

- 1.- Comprender las tecnicas adecuadas para la mejor administracion del recurso humano en la empresa.

UNIDAD 1.- SUELDOS Y SALARIOS.

OBJETIVOS PARTICULARES: Al finalizar las actividades y experiencias de aprendizaje de la presente unidad, el alumno debera ser capaz de:

- 1.- Conocer las tecnicas administrativas para el manejo de sueldos y salarios.
- 2.- Conocer los metodos de valuacion de puestos mas elementales.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DE APRENDIZAJE: EL alumno debera:

- 1.- Definir los siguientes terminos:

- a) Salarios
- b) Sueldos

UNIDAD II.- INDUCCION Y RELACIONES ENTRE TRABAJADORES Y DIRECCION.

OBJETIVOS PARTICULARES: Al finalizar las actividades y experiencias de aprendizaje de la presente unidad, el alumno debera ser capaz de:

- 1.- Conocer los aspectos legales que las diferentes leyes obligan a las empresas a cubrir para los nuevos empleados en la contratacion de estos.
- 2.- Conocer las diferentes herramientas administrativas y legales que rigen las relaciones entre trabajadores y directivos.

UNIDAD III.- EDUCACION Y ENTRENAMIENTO E HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.

OBJETIVOS PARTICULARES: Al finalizar las actividades y experiencias de aprendizaje de la presente unidad, el alumno debera ser capaz de:

- 1.- Conocer las tecnicas iniciales de la educacion dentro de la empresa, y el entrenamiento dirigido a los trabajadores.
- 2.- Comprender la importancia de las medidas de higiene y seguridad como necesidades para la procuracion de la salud de los trabajadores.

UNIDAD IV.- COMUNICACION, DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y TERMINACION DE LAS RELACIONES DEL TRABAJO.

OBJETIVOS PARTICULARES: Al finalizar las actividades y experiencias de aprendizaje de la presente unidad, el alumno debera ser capaz de:

- 1.- Comprender el proceso de comunicacion y sus elementos, dentro de las organizaciones,
- 2.- Identificar el establecimiento del desarrollo organizacional como tecnica moderna de la administracion de recursos humanos;
- 3.- Conocer la forma de establecer la terminacion de ls relaciones de trabajo, cuando es el caso.

UNIDAD V. _ AUDITORIAS E INVESTIGACIONES RELATIVAS A LOS RECURSOS HUMANOS.

OBJETIVOS PARTICULARES:

Al finalizar las actividades y experiencias de aprendizaje de la presente unidad, el alumno debera ser capaz de;

- 1.- Conocer las principales tecnicas de examen y revision de los procedimientos para llevar a cabo auditorias en la administracion de recursos humanos.

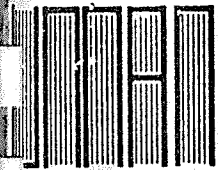
014

BIBLIOGRAFIA:

Texto	Autor	Obligatorio o de consulta.
ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS	Fernando Arias Galicia Editorial trillas	Obligatorio
ADMINISTRACION DE PERSONAL	Chruden y Shermann	Consulta
ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS	Agustin Reyes Ponce Editorial Limusa	Consulta



DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA
ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

UCC 1081

ORGANIZACION DE DEPENDENCIA Y AGENCIA DE PUBLICIDAD.

AL TERMINAR EL CURSO EL ALUMNO DEBERA TENER

LOS CONOCIMIENTOS NECESARIOS SOBRE ORGANIZACION Y ELEMEN

TOS DE JUICIOS NECESARIOS POR LA TOMA DE DECISIONES EN

EL FUNCIONAMIENTO DE UNA AGENCIA PUBLICITARIA.

PROGRAMA DE LA MATERIA..... ORGANIZACION DE DEPARTAMENTOS Y AGENCIAS PUBLICITARIAS

OBJETIVOS GENERALES.

Al terminar el curso el alumno debera tener los conocimientos necesarios sobre organizacion y elementos de juicio necesarios para la toma de desiciones en el funcionamiento de una agencia publicitaria.

OBJETIVOS PARTICULARES

- 1.- La organizacion
- 2.- La empresa
- 3.- Diferencia entre agencia de publicidad y departamento de publicidad.
- 4.- Agencias de publicidad
- 5.- Sistemas de control de la agencia.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- 1.1.- Concepto de importancia de la organizacion
- 1.2.- Principios de la organizacion
- 1.3.- Sistemas de organizacion
- 1.4.- Niveles jerarquicos
- 1.5.- Definicion de funciones y obligaciones

OBJETIVO 2.-

- 2.1.- Conocer los elementos que forman la empresa
- 2.2.- Conocer las razones y problemas de la empresa
- 2.3.- Estudiar la unidad empresarial y sus distintos aspectos.
- 2.4.- Conocer los fines de la empresa

OBJETIVO 3.-

- 3.1.- Conocer las características de un departamento de publicidad
- 3.2.- Conocer su posición dentro del organigrama
- 3.3.- Estudiar su jerarquía dentro de la empresa
- 3.4.- Estudiar la agencia como empresa
- 3.5.- Conocer los fines de la agencia de publicidad como empresa

OBJETIVO 4.-

- 4.1.- Conocer el porque se utilizan las agencias de publicidad
- 4.2.- Conocer la organizacion de una agencia
- 4.3.- Conocer las funciones de una agencia
- 4.4.- Seleccion de una agencia nueva
- 4.5.- Conocer los principios basicos de las relaciones entre agencias y cliente
- 4.6.- Conocer el funcionamiento del departamento de produccion en la agencia de publicidad

OBJETIVO 5.- Conocer

- 5.1.- Conocer el sistema de informacion adecuado
- 5.2.- Elaborar presupuestos con base a la informacion
- 5.3.- Comparacion de los presupuestado con los costos reales
- 5.4.- Coregir las diferencias de los presupuestado y los costos reales
- 5.5.- Aplicacion de sistemas de control en las areas de produccion-mercadotecnia.

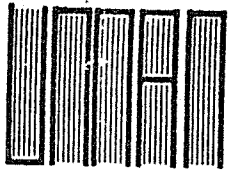
OK

METODOLOGIA.-

Exposicion del maestro, participacion de los alumnos, investigacion de los diferentes temas.

BIBLIOGRAFIA BASICA.-

Cohen Dorothy, Publicidad Comercial, Edit. Diana, 3a imp. 1980
Reyes Ponce Agustin, Administracion de Empresas (2a parte) Edit. Limusa



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 27 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

COMUNICACION ORGANIZACIONAL OCTAVO TETRAESTRE

FUNDAMENTACION.-

Es evidente la importancia que tiene la comunicación en las organizaciones. Por lo tanto el alumno, al término de este curso, tendrá una base más sólida de como la COMUNICACION es un medio para entender el comportamiento humano en las organizaciones, la estructura, las políticas y las estrategias dentro del complejo mundo de la empresa y el sistema social que conyeba a la imagen que los mensajes comunican.

OBJETIVO GENERAL.-

Al término del siguiente curso, el alumno conocerá los descubrimientos teóricos fundamentales relacionados con la teoría de la organización y con las relaciones humanas; las variables más importantes del proceso de la comunicación dentro de la organización, y será capaz de analizar los afectos de flujo de mensajes que se producen en los principales formatos de interacción de una organización.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

- 1.- Definirá el concepto de comunicación organizacional.
- 2.- Conocerá las teorías de las organizaciones.
- 3.- Analizará la panoramiecageneral del movimiento de recursos humanos
- 4.- Explicará las variables más importantes de la comunicación en las organizaciones
- 5.- Conocerá la importancia de las comunicaciones no verbales en la organización.
- 6.- Analizará las comunicaciones en los grupos diadicos
- 7.- Analizarpa las ocomunicaciones públicas en las organizaciones.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.-

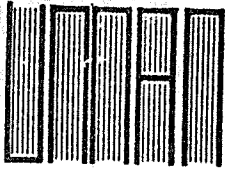
- I.I Presentará ejemplos en el campo de la comunicación organizacional.

- I.2 Definirá y analizará el concepto de mensaje.
- I.3 Definirá y analizará el concepto de interdependencia.
- I.4 Definirá y analizará el concepto de redacción.
- I.5 Definirá y analizará el concepto de relación.
- I.6 Definirá el concepto de COMUNICACION ORGANIZACIONAL
- 2.1 Definirá e ilustrará el termino organización
- 2.2 Determinará las características de la escuela clasica
- 2.3 Determinará las características de la escuela de Relaciones Humanas
- 2.4 Determinará las características de la escuela de Sistema Social.
- 2.5 Analizará las consecuencias de las diferentes escuelas en las organizaciones
- 3.1 Describirá el concepto de relacion, vinculando al clima de la organización
- 3.2 Analizará las teorías de Recursos Humanos de Maslow, McGreworg, Blake-Moutom, Herzderg.
- 3.3 Determinará la importancia de las proposiciones clave de los Recursos humanos.
- 4.1 Identificará el sistema de clasificación de mensajes para las comunicaciones de la organización
- 4.2 Definirá el proceso de la comunicación
- 4.3 Analizará la naturaleza transaccional de la comunicación
- 4.4 Analizará la naturaleza personal de la comunicación
- 4.5 Analizará la naturaleza seriada de la comunicación
- 4.6 Describirá los metodos orales (soft ware) de difuncion de mensajes
- 4.7 Explicará los propositos del envio de mensajes en la organización
- 4.8 Describirá las redes de comunicación relacionandolas con los concepto de las teorías de las organizaciones .
- 4.9 Explicará las redes de mensajes formales de la organización
- 4.10 Explicará las redes de mensajes informales de la organización.
- 5.1 Definirá la comunicación no verbal
- 5.2 Determinará la función de la comunicación no verbal.
- 5.3 Analizará los indicios no verbales producidos por la conducta física y por la carencia de cuerpo
- 5.4 Analizará los indicios no verbales producidos por la voz humana
- 5.5 Analizará los indicios no verbales producidos por el medio ambiente
- 6.1 Describirá el analisis de la estructura de la personalidad, enumerando los tres estados del ego: padre, adulto y niño.

- 6.2 Analizará los tipos de transacciónes complementarias, zonas cruzadas e interiores
- 7.1 Determinará la naturaleza de la comunicación
- 7.2 Relacionará el estudio de la comunicación pública con el paradigma de los sistemas sociales en las comunicaciones
- 7.3 Definirá los propósitos, valores y frecuencia de las actividades de la comunicación pública
- 7.4 Enumerará los tipos más importantes de actividades de la comunicación pública.

BIBLIOGRAFIA BASICA.-

- ; Bertoglio, Oscar Johansen. Las comunicaciones y la conducta de la organización. Ed. Diana
- Goldhaber, Gerald. Comunicación Organizacional.



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

ON
LCC 1083

AUDIOVISUAL II.

LA EVIDENTE IMPORTANCIA QUE EN LA
ACTUALIDAD HA COBRADO LOS MEDIOS AUDIOVISUALES
EN LA COMUNICACION, HACE OBLIGATORIO PARA EL CO
MUNICOLOGO, EL CONOCIMIENTO DE MEDIO Y TECNICAS
QUE LE PROPORCIONAN BASES SOLIDAS PARA UN MEJOR
DESENVOLVIMIENTO PROFESIONAL.

UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 218 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

PROGRAMA DE AUDIOVISUAL II

FAC. DE L.C.C. VIII

FUNDAMENTACION

La evidente importancia que en la actualidad ha cobrado los medios audiovisuales en la comunicación, hace obligatorio para el comunicólogo, el conocimiento de medios y técnicas que le proporcionan bases sólidas para un mejor desenvolvimiento profesional. Con tal propósito, en este curso se pretende ofrecer las bases necesarias al alumno para que logre dominar el manejo de técnicas y materiales audiovisuales, destacando la utilidad que brindan en el campo de la publicidad.

OBJETIVO GENERAL

Conocimiento de aspectos teóricos sobre el uso publicitario de la técnica Multi-Imagen la radio y la televisión.

OBJETIVOS PARTICULARES

- 1.- Conocerá diversos conceptos sobre comunicación audiovisual
- 2.- Planeará y producirá mensajes publicitarios utilizando la técnica Multi-Imagen.
- 3.- Conocerá aspectos generales acerca de la aplicación publicitaria de la radio y la televisión.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Objetivo 1

1.1 Definirá el concepto de audiovisualismo. (Cromber. pp.17-33)

1.2 Diferenciará multi-imagen de multi-media (Kemp.p.35-41)

Objetivo 2

2.1 Altafrecuencia, ultrafrecuencia y tv. comunitaria (Ibid.p.46)

2.2 Cademas de televisión publicitaria (Ibid.p.46)

2.3 Cobertura de la televisión. (Ibid.p. 46-47)

2.4 Audiencia de la televisión (Ibid.p.47)

2.5 Tarifas de publicidad en televisión (Ibid.p.47-48)

2.6 Tipos de comerciales de televisión (Ibid.p.48)

Examen Final

EVALUACION

- Participará en clase
- Exámenes parciales a criterio del maestro
- Examen Final

METODOLOGIA

Exposición del maestro y del alumno, producciones audiovisuales y grupales

BIBLIOGRAFIA BASICA

- Montajes Audiovisuales. Cromberg Paldao y Agrelo, Ed. Diana 1979
- Publicidad, Herbert F. Holtje, Ed. McGraw Hill, 1981
- Planificación y Producción de materiales audiovisuales, Jerrold E. Kemp. Ed. RSI, 2da Ed
- Instrucción Audiovisual, Brown, Lewis, Ed. Trillas, 1976

Pendiente

OK

alumno para comprenderlo mejor, tiene la necesidad de verlo en movimiento— es decir, llevarlo ala práctica ante los tribunales pero en el caso particu— lar y no siendo ese el objetivo fundamental para los alumno de Ciencias de la Comunicación, es necesario recurrir a la dinámica de grupo para que en forma simulada aunque sea, se vea el Derecho en movimiento, es decir a su aplicació a casos concretos razón por la cual consideramos que la metodología a seguir debe ser un combinación de la exposición tipo conferencia por parte del maes tro y a través de la dinámica de grupo obtener una participación constante y activa por parte de los alumnos.

EVALUACION:

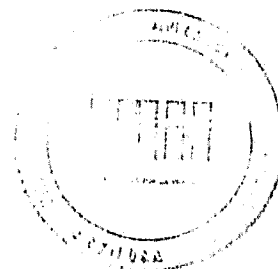
Para llevar a cabo la evualación de cada alumno es necesario observar su part icipación diaria que incluye desde una simple inquietud hasta un criterio de= bidamente razonado sobre un determinado problema jurídico y todavía en forma más objetiva deberá someterseaal alumno a un examen semestral escrito (consi deramos que el examen oral es propio para quien va a ser del Derecho su pro= fesión).

BIBLIOGRAFIA:

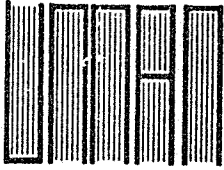
Tomando en consideración que lo que se persigue es tener una noción elemental del derecho que regula la Comunicación Social, no es factible señalar una bibliografía muy amplia para el alumno, la cual le sería difícil comprender en toda su magnitud, ya que carece de los conocimientos necesarios para compren= der en toda su escencia el estudio del derecho or lo que se lleva a cabo co= libro de texto el librá de Jorge Pinto Mazal que se denomina Regimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva, que en si mismo es una recopilación de las leyes que integran el D_e recho de las Comunicaciones Sociales.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA:

Las Garantías Individuales de Ignacio Burguo Orihuela
Los Derechos de Autos de Juan Leñero
Derecho Administrativo de Gabino Fraga
Derecho Constitucional de Felipe Tena Ramírez.



UNION
ACADEMICA



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 384 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESORES

OPINION PUBLICA OCTAVO TETRAMESTRE

FUNDAMENTACION.-

La inclusión del estudio de la opinión pública para los comunicadores, tanto de relaciones públicas como de periodismo, es relevante. Relevante desde el punto de vista del comunicador el que maneja información o mensajes en los que intervienen la capacidad de preveer una respuesta anticipada a esos mensajes por parte del receptor.

OBJETIVO GENERAL.-

Al termino del curso, el alumno será capaz de determinar el proceso de la opinión pública y los elementos que intervienen en ella. Así mismo, aplicara estos conocimientos a través de analisis periodísticos y sondeo de opinión.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

- 1.- Conocerá y analizará los orígenes de la opinión pública y la controversia prevalecte, hasta nuestros días.
- 2.- Conocerá la importancia de los procesos que se desenvuelven en cada individuo para la formación de la opinión.
- 3.- Determinará la relevancia que tiene la cultura y la sociedad como factores de influencia sobre las opiniones así como el regimen político prevalente.

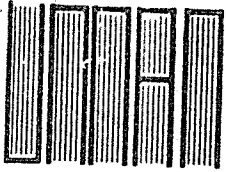
OBJETIVOS ESPECIFICOS.-

- I.1 Identificará las raíces de la opinión pública
- I.2 Analizará el fenomeno multidinario
- I.3 Identificará los tipos de condicionamiento en la formación de opinión pública.
- I.4 Señalará el analfabetismo y la terí del individualismo posesivo como parte fundamental de la controversia del concepto de opinión pública
- I.5 Definirá: dimensión histórica, carácter de tribunal y conciencia cole-

- OK
- 1.6 Determinará las diferencias entre -
opinión del público y opinión pública
 - 1.7 Fundamentará las características -
del concepto "pública" y "opinión"
 - 2.1 Conocerá la importancia de los factores biológicos y sociales
 - 2.2 Analizará el papel de los medios masivos en función de información
 - 2.3 Señalará los componentes de la actitud y la conducta
 - 2.4 Establecerá la relación entre comunicador y cambio de actitud
 - 2.5 Reconocerá los orígenes del prejuicio
 - 2.6 Analizará el mantenimiento del prejuicio y su establecimiento como norma social
 - 2.7 Analizará la relación entre opinión y afiliación
 - 3.1 Distinguirá los factores que caracterizan a la opinión pública y a la opinión popular
 - 3.2 Señalará los beneficios de apoyo de otras ciencias para el estudio de la opinión pública
 - 3.3 Identificará los dos niveles de operación en la opinión pública
 - 3.4 Analizará los campos de estudio a través de varios autores
 - 3.5 Determinará el concepto clima de opinión
 - 4.1 Reconocerá los factores determinantes en el proceso informativo
 - 4.2 Determinará la localización de la opinión pública y opinión
 - 4.3 Analizará la agenda setting como función de los medios
 - 4.4 Analizará la teoría de la selectividad
 - 4.5 Determinará la importancia de la propaganda y las relaciones públicas en el manejo de la información

BIBLIOGRAFIA BASICA.-

- Cossio, Carlos "La opinión Pública"
- Lozada. Buenos Aires, 1958. Biblioteca del hombre contemporaneo Ed. Paidós.
- Rivadeneira, P. Raúl "La opinión Pública"
- México. 1979 Ed. Trillás



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 284 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

CREATIVIDAD PUBLICITARIA OCTAVO TETRAESTRE

FUNDAMENTACION.-

La creatividad dentro del campo de la publicidad es fundamental para que esta funcione de manera exitosa. Sin ella, solo se estará copiando la ya existente en la presentación de los productos Y/o servicio que las diversas empresas estan publicando con el objeto de imitar su puesta en las manos del ultimo consumidor o usuario.

OBJETIVO GENERAL.-

En este programa, se trata de despertar en el alumno la inquietud creativa, guiandolo a aplicar los elementos fundamentales encabezados por ejercicio mental ala aspectom estetico y tecnico.

OBJETIVOS PARTICULARES.-

- 1.- Enseñar al alumno los distintos formatos que pueden existir para ser utilizados en los diversos medios publicitarios
- 2.- Se trata de que el alumno emprenda a desarrollar ideas que sean aplicadas a los diferentes medios publicitarios
- 3.- Se pedirá al alumno que elabore diversos diseños y originales de los diferentes medios individualmente o en grupo.

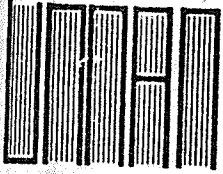
OBJETIVOS ESPECIFICOS.-

- I:1 Introducción
- I.2 Se analizará los diferentes formatos que pueden utilizarse en el periodico
- I.3 Conocerá los diferentes formatos que pueden utilizarse en TV
- I.4 Conocerá los diferentes formatos que pueden utilizarse en revistas
- 1.5 Se enseñará los diferentes formatos que pueden utilizarse en posters
- I.6 Se analizará los formatos para ser utilizados en volantes
- I.7 Se enseñará los diferentes formatos en carteles
- 2.1 Aprenderá a desarrollar su creatividad por medio de la investigación y colección de material didactico

- 3.1 Elaborará diseños y originales de una revista interna
- 3.2 Realizará el diseño y originales de una revista externa
- 3.3 Desarrollará diseño y originales -- de un cartel
- 3.4 Elaborará el diseño y originales -- de un empaque
- 3.5 Realizará el diseño de un anuncio de televisión
- 3.6 Elaborará el diseño y original de un volante

BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA.-

Guía Completa de Ilustración y Diseño
T. Dalley, Ed. Blume



UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

VALIDEZ OFICIAL POR DECRETO 344 DE FEBRERO 23 DE 1983 DEL H. CONGRESO DEL ESTADO - REGISTRO ANTE LA S.E.P. SEGUN ACUERDO 219 DE MARZO 11 DE 1983 - DE LA DIRECCION GENERAL DE PROFESIONES

CC 1080

ETICA PROFESIONAL.

EL ALUMNO AL TERMINAR EL CURSO TENGA

LAS NOCIONES BASICAS DE LA ETICA, ASI COMO EL EN

FOQUE DE ELLAS EN LA ACTIVIDAD PROPIA DE LA COMUNICACION.

UNIVERSIDAD MEXICO AMERICANA DEL NORTE

FAC. DE L.C.C. VIII

PROGRAMA DE LA MATERIA... ETICA PROFESIONAL

OBJETIVO GENERAL.

Que el alumno al terminar el curso tenga las nociones basicas de la etica, asi como el enfoque de ellas en la actividad propia de la comunicacion.

OBJETIVOS PARTICULARES.

- 1.- Comprendera las nociones basicas de la etica.
- 2.- Apreciara la indisoluble relacion del quehacer profesional de la conducta etica.
- 3.- Comprendera los criterios eticos a considerar para la seleccion de la informacion periodistica.
- 4.- Conocera las formas en que se atenta a la etica formativa.
- 5.- Conocera los deberes del informador profesional
- 6.- Comprendera los criterios fundamentales del codigo del honor
- 7.- Apreciara la indisoluble relacion entre la capacidad intelectual y la moral del profesionista.
- 8.- Apreciara la etica en el lenguaje, fuentes y medios de que se vale el comunicador
- 9.- Comprendera lazos de relacion etica en la informacion publicitaria y de propaganda

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

OBJETIVO I.-

- 1.1.- Definira etica, sus metodos, sentidos y criterios
- 1.2.- Analizara los factores basicos a considerar en la actuacion y evaluacion etica.

OBJETIVO 2.-

- 2.1.- Analizara los factores basicos a considerar en la actuacion y evaluacion etica.
- 2.2.- Conocera y diferenciara distintos enfoques y posturas eticas en relacion a la actuacion profesional.
- 2.3.- Explicara la legitimidad de la etica profesional
- 2.4.- Determinara la relacion entre la etica y la informacion

OBJETIVO 3.-

- 3.1.- Explicara la opinion del autor que es el derecho a la informacion y deberes de los testamentos.
- 3.2.- Definira objetividad informativa, la verdad y el criterio etico del informador
- 3.3.- Explicara el compromiso etico del informador como puente entre el hecho noticiario y el publico.
- 3.4.- Senalara la relatividad de la libertad y la independencia informativa.
- 3.5.- Discutira los parametros de la relaciones libertad-responsabilidad.

OBJETIVO 4.-

- 4.1.- Determinara llamados "campos magneticos" de la profesion del periodista.
- 4.2.- Identificara y explicara los "campos magneticos" de la actividad periodistica.

OBJETIVO 5.-

- 5.1.- Explicara algunos criterios de apoyo para la formulacion de los deberes periodisticos
- 5.2.- Definira y explicara los deberes basicos del informador.

OBJETIVO 6.-

- 6.1.- Explicara los contenidos de los codigos del honor y sus diferencias con la etica profesional.
- 6.2.- Identificara y explicara los conceptos basicos que integran el codigo de honor del informador acompañado de un analisis comparativo.