

PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACION

CCL
AI
0181

IGLA	MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA BASICA	PREREQUISITOS	CREDITOS	SE IMPARTE
FL319	Teoría del Conocimiento		8	
FL325	Historia de México Contemporáneo		8	SI
FL250	Teoría del Conocimiento Científico	FL319	4	SI
FL338	Filosofía del Lenguaje y Semiótica	FL319	8	SI
SO101	Introducción a la Sociología		8	
SO221	Teoría Sociológica I		8	SI
MA133	Probabilidad y Estadística I		8	
MA134	Probabilidad y Estadística II	MA133	8	SI
SO204	<u>Técnicas de la Investigación Social</u>	FL250	8	SI
FL240	Antropología Filosófica		8	
FL251	Filosofía Social	FL-240	8	SI
PS198	Psicología Aplicada		8	
DE299	Legislación de los Medios de Difusión		4	SI
EC101	Introducción a la Economía		8	SI
AD101	Introducción a la Administración		8	SI
	TOTAL		112 FIJOS	

IGLA	MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA MAYOR	PREREQUISITOS	CREDITOS	SE IMPARTE
CM101	Introducción a los Medios de Difusión		8	SI
CM102	Teoría de la Comunicación I		8	
CM203	Teoría de la Comunicación II	CM102	8	SI
FL344	Filosofía de la Comunicación	FL319-251-CM102	8	SI
CM204	Sociología de la Comunicación	CM203- SO221	8	SI
PS194	Psicología Social I		8	SI
CM305	Psicología de la Comunicación I	PS198-CM102	8	SI
CM306	Comunicación Interpersonal		8	SI
CM307	Opinión Pública	PS194-CM204	4	SI
CM308	Investigación de la Comunicación I	SO 204 MA134-CM203	8	SI
CM309	Investigación de la Comunicación II	CM308	8	SI
LT169	Redacción y Estilística		8	SI
LT259	Discurso Literario I		4	SI
LT260	Discurso Literario II		4	SI
LT261	Discurso Literario III	LT259-260	4	No
LT262	Discurso Literario IV	LT259-260	4	SI
CM210	Periodismo I	CM101	8	SI
CM211	Televisión I	CM101	8	SI
CM212	Radio I	CM101	8	SI
CM213	Cine Club (Práctica) Cine I	CM101	8	SI

UNIVERSIDAD DE...
 PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACION

SIGLA	MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA MAYOR. PREREQUISITOS	CREDITOS	SE IMPARTE
M214	Publicidad I CM101	8	SI
M215	Relaciones Públicas I	4	SI
M316	Optativa I Comunicación y Pedagogía Rural	4	
M317	Optativa II Comunicación y Literatura	4	
MAS 8	CREDITOS OPTATIVOS A ELEGIR DE CUALQUIER AREA MENOR T O T A L ESPECIFICANTE.	168	FIJOS

SIGLA	MATERIAS PARA EL AREA MAYOR O MENOR ESPECIFICANTE. ESPECIALIDAD DE RADIO.	PREREQUISITOS	CREDITOS	SE IMPARTE
M318	* Programación I (Radio II)	CM212	8	
M319	* Guionismo (Radio III)	CM212-LT169	8	SI
M320	* Laboratorio Producción (Radio IV)	CM212	4	
M321	Periodismo Radiofónico I (Radio V)	CM212-210	4	
M322	Empresa Radiofónica (Radio VIII)	CM212-214-AD101	8	
M323	* Psicosociología de la Radiodifusión (Radio VII)	CM203-204-305	8	
M324	* Radiodifusión Educativa (Radio IV)	CM212	8	SI
M325	* Laboratorio de Radio (Radio VI)	CM319-320	4	SI
M426	Programación II (Rural) (Radio X)	CM318	8	
M427	Eventos Especiales (Laboratorio) (Radio XI)	CM320	4	SI
M428	Radio Comparada (Radio XII)	CM318	8	SI
M429	Radiodifusión Crítica (Radio XIII)	CM318	8	SI
M430	Dramatización y Dirección (Radio XIV)	CM319-320	4	
M331	Musicología y Programación Musical (Radio XV)	CM318	8	SI
M339	Laboratorio de Periodismo Radiofónico	CM212	4	
T O T A L			52 MINIMO	
* Obligorias				

SIGLA	MATERIAS PARA EL AREA MAYOR O MENOR ESPECIFICANTE. ESPECIALIDAD PERIODISMO.	PREREQUISITOS	CREDITOS	SE IMPARTE
CM333	* Laboratorio de Periodismo I	CM210	4	SI
CM334	Laboratorio de Periodismo II	CM210	4	SI
CM335	* Prensa Comparada	CM210	8	SI
CM336	* Historia Sociocultural del Periodismo	CM210	8	SI
CM337	Empresa Periodística	CM210	4	SI
CM338	* Sociología de la Información Periodística I		4	
CM339	Lab. de Periodismo Radiofónico	CM212	4	

SIGLA	MATERIAS PARA EL AREA MAYOR O MENOR ESPECIFICANTE. ESPECIALIDAD PERIODISMO.	PREREQUISITOS	CREDITOS	SE IMPARTE
CM340	Lab. de Periodismo Televisivo	CM211 y CM-365	4	
CM441	Periodismo Interpretativo	CM333-336	4	
CM442	Oficinas de Prensa	CM333-336	4	
CM395	* Sociología de la Información Periodística II	CM338	4	SI
T O T A L			<u>48</u> MINIMO	
* Obligatorias				

SIGLA	MATERIAS PARA EL AREA MAYOR O MENOR ESPECIFICANTE. ESPECIALIDAD DE CINE	PREREQUISITOS	CREDITOS	SE IMPARTE
CM343	* Lenguaje Cinematográfico	CM213	8	SI
CM344	* Laboratorio de Cine I	CM213	4	SI
CM345	* Laboratorio de Cine II	CM344-343	4	SI
CM346	* Guionismo I (Producción)	CM343-344-LT261-262	4	SI
CM447	Montaje	CM343-344	8	SI
CM448	* Guionismo II (Adaptación)	CM345-346	8	SI
CM347	* Laboratorio de Realización I	CM345-346	4	SI
CM350	Historia de las Teorías Cinematográficas	CM213	8	SI
CM451	* Laboratorio de Realización II	CM349-448	4	SI
CM252	Laboratorio de Fotografía Fija I		4	
CM453	Estética del Cine	CM213-447	4	SI
CM454	Laboratorio de Edición	CM345-447	4	
CM396	Laboratorio de Fotografía Fija II	CM252	8	
CM496	Laboratorio de Fotografía Fija III	CM396	8	
T O T A L			<u>56</u> MINIMO	
* Obligatorias				

SIGLA	MATERIAS PARA EL AREA MAYOR O MENOR ESPECIFICANTE. ESP. PUBLICIDAD Y REL. PUBL.	PREREQUISITOS	CREDITOS	SE IMPARTE
AD240	* Mercadotecnia	SO204-EC101-AD101	8	
CM356	* Publicidad II (Administrativa)	DE299-AD240-CM214	8	
CM357	* Publicidad III (Creativa)	CM214	8	SI
AD323	* Investigación de Mercados	AD240-CM309	8	
CM359	* Relaciones Públicas II (Externas)	CM215-307	4	SI
CM360	* Relaciones Públicas III (Internas)	CM215-PS194-AD101	4	SI
CN322	Control Presupuestal	EC-101	8	
CM461	Sem. Casos Prácticos de Mercado y Publ.	AD240	4	
RI313	Admón de Personal	CM360	4	SI
CM262	Laboratorio de Expresión Oral		4	
T O T A L			<u>48</u> MINIMO	
* Obligatorias				

PLAN ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACION

MATERIAS PARA EL AREA MAYOR O MENOR ESPECIFICANTE. ESPECIALIDAD TELEVISION.

	PREREQUISITOS	CREDITOS	SE IMPARTE
3 *Guionismo TV. I	LT261-262	8	SI
464 *Guionismo TV. II	CM211-365 Simult.		
365 *Producción TV. I (Lab)	CM363-466 Simult.	8	SI
466 *Producción TV. II (Lab)	CM363 Simultánea	4	SI
467 *Dirección Escénica TV. (Lab.)	CM365-464	4	SI
468 *Televisión Educativa I	CM365	4	SI
469 *Televisión Educativa II (Lab)	QM363-365-SO-204	8	SI
370 Etica y Crítica de la Televisión	CM468	4	SI
340 Lab. de Periodismo Televisivo	CM211	4	SI
372 Técnica Electrónica TV. (Lab)	CM-211 y CM-365	4	SI
373 Administración T. V.	CM211	4	SI
474 Evaluación de Televisión Educativa	AD101-CM211	4	No
484 Persuasión	CM468	4	
263 Historia del Teatro	CM468 y CM-203	4	
TOTAL	CM211	8	
		48 MINIMO	

*Obligatorias

MATERIAS PARA EL AREA MAYOR O MENOR ESPECIFICANTE. ESPECIALIDAD DE TEORIA E INVESTIGACION DE LA COMUNICACION.

	PREREQUISITOS	CREDITOS	SE IMPARTE
243 *Procesamiento Electrónico de Datos I		4	
244 Procesamiento Electrónico de Datos II	MA243	4	SI
235 *Probabilidad y Estadística III	MA134	8	
476 *Investigación de la Comunicación III	CM309	8	
477 *Seminario de Investigación	CM476	4	
478 *Prácticas de Campo I	CM309	4	
479 *Prácticas de Campo II	CM478	4	
480 *Teoría de la Comunicación III	CM203	8	
481 Seminario de Teoría de la Comunicación I	CM480	8	
482 Seminario de Teoría de la Comunicación II	CM480	8	
483 Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva	CM203	4	
484 Persuasión	CM203 y CM-468	4	
485 Difusión I: Información	CM203	4	
486 Difusión II: Innovaciones	CM203	4	SI
487 Seminario de Difusión	CM485 6 486	4	SI
488 Sem. Teorías de Investigación en Com. Visual	PS194-CM309	8	
489 Comun. Intercultural e Internacional	CM203	4	
490 Diseño y Análisis de Mensajes	CM203	4	
491 Comunicación en Organizaciones	CM203	4	
492 Comunicación Interpersonal II	CM203-306	4	
TOTAL		68 MINIMO	

*Obligatorias

1. EXPLICACIONES

El proceso para elaborar este plan de estudios, que se presenta a la consideración del Consejo Técnico del Depto. de Comunicación, es el siguiente:

1.1 El punto de partida es la idea de que la UIA debe formar "PROFESIONALES UNIVERSITARIOS".

Es necesario contar con una explicación de lo que significan y comprenden los conceptos de profesional y universitario, por esto se intenta precisar el alcance de estos conceptos básicos. Tanto el Ideario como el documento "Bases para la Reforma de la UIA" contienen elementos para explicar y precisar las características del universitario; estos elementos serán recogidos aquí.

Luego se propondrá una formulación acerca del concepto de profesional en el campo del saber que atañe al licenciado en Ciencias y Técnicas de Información. Para lograr esto se intentará una especificación de la práctica profesional.

1.2 Estos dos conceptos, precisados lo más que fue posible, son indispensables para formular los objetivos del plan de estudios y para detectar el grado de congruencia entre objetivos del plan de estudios y conducta y características del profesional en C.T.I. universitario. Así pues, se formularán luego los objetivos de enseñanza-aprendizaje del plan de estudios.

Luego se propondrán las áreas de conocimientos y las proporciones de estas áreas que deben ser impartidas para lograr los objetivos. El criterio para discriminar y seleccionar los conocimientos está integrado por los objetivos de manera inmediata y directa, y por lo universitario y lo profesional de manera mediata.

Una vez propuestas las áreas de conocimientos, su proporción y los objetivos de cada área, se precisarán las materias o asignaturas de cada área, su valor en créditos.

1.3 Ni la Reforma Académica ni este plan de estudios tienen la pretensión de partir de cero; se trata, sí, de modificar sustancialmente algunas cosas pero, también, de aprovechar parte del material y la experiencia del pasado re-formularlo, re-organizarlo, con el propósito de lograr una coherencia y una precisión mayores en el proceso de enseñanza-aprendizaje; sobra decir que los buenos propósitos no son garantía de realización y que el Consejo Técnico tratará de mejorar el proyecto de Plan de Estudios.

2.- CONCEPTO Y CARACTERISTICAS DEL UNIVERSITARIO.

2.1 Tiene una conciencia VIVA y operante de los problemas sociales de -

co, y asume la responsabilidad de cooperar a resolverlos (Ideario, 2.3)

2.2 Está dotado de conocimientos de la realidad compleja que lo rodea - y tiene capacidad y criterios humanistas.

Por humanismo se entiende la actitud caracterizada por:

- Pensamiento ordenado y crítico;
- Claridad en la expresión, oral, escrita;
- Planteamiento y solución del cuestionario básico del hombre (su origen, destino, naturaleza);
- Conciencia histórica;
- Experiencia estética;
- Congruencia entre pensamiento y conducta;
- Capacidad para plantear la transformación de estructuras injustas - (Bases para la Reforma Académica de la U.I.A.).

2.3 Junto con los conocimientos sobre su área profesional (Comunicación posee conocimientos complementarios de diversas disciplinas (áreas, especialidades, métodos) para resolver problemas concretos (Bases para la Ref. Aca de la U.I.A.).

2.4 Capacidad para evaluar, jerarquizar e integrar la práctica y la técnica, la técnica y la ciencia, la ciencia y la filosofía, disciplina que más efectivamente puede contribuir a determinar el conocimiento en sus aspectos universales.

3.- CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DEL QUEHACER PROFESIONAL.

3.1 La actividad básica consiste en comunicar, hecho o proceso socio-cultural fundamental.

El profesional interviene, en forma directa, en alguno, en varios o en el conjunto de los actos de este proceso.

3.2 Esta intervención se orienta a dos tipos de procesos:

3.2.1 Procesos de comunicación colectiva o masiva, indirecta, pública y unilateral,

3.2.2 Procesos de comunicación individual o colectiva, directa o indirecta, privada o pública, pero siempre recíproca y con fines claramente específicos e inmediatos de promoción social y desarrollo humano integral.

3.3 Las formas típicas de intervención son:

3.3.1 Investigación:

3.3.1.1 Recabar datos de la realidad para formular mensajes.

3.3.1.2 Aplicar métodos científicos al conocimiento de una, algunas o el conjunto de variables de procesos de comunicación para describir, explicar, evaluar, predecir, modificar o inferir características.

3.3.2 Promoción: realización de actividades, basadas en procesos de comunicación recíproca, directa e inmediatamente destinadas a propiciar el desarrollo humano integral.

3.3.3 Planificación y previsión: selección y determinación de objetivos políticos, alternativas de acción, necesidades para elaborar y transmitir mensajes.

3.3.4 Organización: determinación de métodos y procesos para elaborar y transmitir mensajes.

3.3.5 Integración: selección o acondicionamiento de recursos necesarios para elaborar y transmitir mensajes.

3.3.6 Control: verificación y/o modificación de la aplicación de método y procesos para elaborar y transmitir mensajes.

3.3.7 Elaboración: conjunto de actividades destinadas de manera directa a dar forma a mensajes.

3.3.7.1 Redacción: producción de mensajes escritos:

3.3.7.1.2 Planes, proyectos, reportes o informes de investigación y de trabajo.

3.3.7.1.3 Relatos, comentarios y otras formas de mensajes periodísticos.

3.3.7.1.4 Guiones para radio, TV, cine o presentaciones audiovisuales.

3.3.7.1.5 Textos publicitarios.

3.3.7.2 Realización de proceso destinado a producir imágenes fotográficas y a diseñar imágenes sin movimiento.

3.3.7.3 Ejecución de actividades destinadas a dotar de atractivo y coherencia los mensajes impresos: diseño y diagramación de formatos y bocetos, revisión de textos.

3.3.7.4 Coordinación y supervisión: de la realización de mensajes cinematográficos, televisivos o radiofónicos; de las actividades mecánicas y manuales que integran la fase final de la producción de mensajes impresos, su acabado y distribución.

3.3.8 Docencia: determinación o selección y aplicación de métodos de enseñanza aprendizaje, para que los educados alcancen objetivos de enseñanza-

pecial en la evolución contemporánea y en nuestro país.

4.1.7 El estudiante conocerá y comprenderá los procesos de comunicación directa e inmediatamente destinados a propiciar el desarrollo humano integral y será capaz de aplicarlos.

4.1.8 El estudiante adquirirá y comprenderá los datos indispensables para realizar análisis y evaluación relativos a la planificación, organización, integración, control y elaboración de mensajes transmitidos a través de cine, radio, TV, impresos, con fines formativo-informativos, publicitarios ~~publicitarios~~.

4.1.9 El estudiante será capaz de aplicar las técnicas de planificación, organización, integración, control y elaboración de mensajes sea con fines formativo-informativos, sea con fines publicitarios.

2 de agosto de 1976

SERVICIO SOCIAL - C.T.I.

CCC
AI
0181

I.- INFORMACION GENERAL

El Servicio Social es un requisito indispensable para recibirse en la licenciatura de Ciencias y Técnicas de la Información, por lo cual deberán realizarlo todos los alumnos del Departamento de Comunicación. Equivale a 24 créditos y consta de 3 etapas seriadas, cada una de las cuales tiene un valor de 8 créditos y debe realizarse a lo largo de un semestre, de tal manera que serán 3 semestres de Servicio Social los que habrá que desarrollar en el transcurso de la carrera.

NOTA: Es recomendable que los alumnos realicen todas las etapas de su Servicio a lo largo de la carrera, puesto que si no han cubierto todas al terminar la misma, tendrán que permanecer un semestre más en el Departamento de Comunicación por cada etapa no realizada.

Cada una de las etapas debe cubrir los siguientes requisitos:

II.- REQUISITOS DE INSCRIPCION

A.- Para iniciar la primera etapa se requiere que el alumno haya cubierto un mínimo de 40 créditos. Habiendo cubierto ésta, podrá continuar con las 2 siguientes.

B.- Cada etapa se realiza a través de un proyecto de trabajo que de acuerdo con el alumno, señala la coordinación del Servicio Social en el Departamento de Comunicación. Los proyectos pueden tener dos modalidades:

a) Los alumnos pueden inscribirse en los proyectos que propone el Centro de Servicio y Promoción Social a través de su coordinador respectivo para C.T.I. (Javier Esteinou M.). Para ello deberán pedirle toda la información necesaria al coordinador en las fechas indicadas.

b) Los alumnos pueden proponer su propio proyecto de trabajo, siempre y cuando reúna los siguientes requisitos generales.

- 1.- Que sea una actividad social no remunerada.
- 2.- Que quede circunscrita dentro del campo de la comunicación.
- 3.- Que esté destinada a un sector social desfavorecido.
- 4.- Que de alguna forma aporte conocimientos o nuevas experiencias para el Centro de Documentación de C.T.I.

Para presentar su propio proyecto, los alumnos deben de entregar un informe por escrito (máximo 3 cuartillas) donde desarrollen con toda claridad los requisitos que se solicitan en el punto II-C-2.

C.- Al principio de cada etapa de trabajo y dentro de la fecha convenida para el registro de inicio, presentar al Asesor de Servicio Social en el Departamento de Comunicación, los siguientes documentos:

1.- Convenio de Inicio: (Original y dos copias)

Forma impresa para llenar con los datos personales y académicos del alumno. Esta forma se recoge con el Asesor de Servicio Social del Departamento de Comunicación (ver abajo horario y cubículo).

2.- Proyecto a Realizar:

Descripción que hace el alumno del trabajo que va a realizar (tres cuartillas máximo). Presentarlo a máquina, original y 2 copias. Dirigirlo al Arq. Guillermo Casas Pérez, Director del Centro de Servicio y Promoción Social (con el visto bueno del Asesor).

Datos que se solicitan en el proyecto:

- a.- Nombre del proyecto.
- b.- Institución donde lo va a realizar.
- c.- Nombre del Coordinador.
- d.- Razones por las cuales se escogió tal proyecto.
- e.- Objetivos del proyecto.
- f.- ¿Quién será el Beneficiario o Destinatario del proyecto?
- g.- Tiempo de duración.
- h.- Ruta crítica o calendario de actividades.

3.- Carta de la Institución:

Este requisito es solamente para los alumnos que van a realizar su Servicio Social coordinados por personas que no pertenecen a la UIA. Tales - alumnos deberán presentar una carta membretada de la Institución en la - que lo van a realizar, donde se especifique que han sido aceptados e indique de que fecha a que fecha lo van a desarrollar.

III.- REQUISITOS DE TERMINACION

Al terminar de realizar cada etapa, el alumno deberá de seguir los siguientes pasos para tramitar su terminación:

- 1.- Presentar materialmente el trabajo realizado.
- 2.- Presentar en un máximo de 3 cuartillas, un reporte, por escrito dirigido al Arq. Guillermo Casas Pérez, Director del Centro de Servicio y Promoción Social de la UIA sobre la labor realizada respondiendo los siguientes puntos:
 - A.- Objetivo propuesto inicialmente.
 - B.- Logro o realización del objetivo inicial (¿se logró realizar todo el objetivo o sólo parte de él?).
 - C.- Metodología de realización que se utilizó (pasos concretos utilizados para alcanzar el objetivo).
 - D.- Conclusiones generales.

- 3.- Los alumnos que realizarán su proyecto coordinado por personas fuera de la - Universidad, deben presentar además una carta donde especifique su coordinador que han terminado satisfactoriamente su trabajo. Los alumnos que han realizado su Servicio Social coordinado por maestros o personal de la Universidad, no es necesario que presenten dicha carta.
- 4.- Recoger las formas de convenio final que les entregará Javier Esteinou en el cubículo de Servicio Social, para que sean llenadas con los datos requeridos.

NOTAS: 1.- Para realizar la tramitación de cada etapa final de Servicio Social, deben de entregarse todos los documentos completos y debidamente resueltos.

2.- Para continuar las siguientes etapas de Servicio Social, será necesario haber concluido totalmente las anteriores.

IV.- FECHAS DE INSCRIPCION

Las fechas para realizar los trámites de inscripción, serán exclusivamente del 9 al 20 de agosto de 1976.

Para mayor información hablar en estas fechas, de 12 am. a 2 pm. y de 5 pm. a 7 pm. con Javier Esteinou M., Asesor de Servicio Social en el Departamento de Comunicación (Cubículo de Servicio Social, Edificio B, entre el Laboratorio de Radio y de Periodismo).

A T E N T A M E N T E

Javier Esteinou M.

JAVIER ESTEINOUMADRID
Coordinación del Servicio Social
Depto. de Comunicación, UIA.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

PROGRAMA DE MAESTRIA DE COMUNICACION

Justificación del Programa

El Departamento de Comunicación considera:

- PRIMERO:** Que una maestría en Comunicación responde a las nuevas necesidades generadas por el alto grado de complejidad de la sociedad mexicana actual: desarrollo industrial acelerado, crecimiento de la población a niveles alarmantes, tensiones entre grupos diversos y poderosos.
- SEGUNDO:** Que al dar respuesta a las necesidades apremiantes del país, una maestría en Comunicación es una manera de poner en práctica uno de los aspectos del Ideario de la Universidad Iberoamericana.
- TERCERO:** Que los problemas mencionados que atañen a la nación mexicana, no pueden enfocarse desde una perspectiva meramente tecnológica y el departamento de Comunicación, desde su fundación y a través de la Carta del Dr. Sánchez Villaseñor, ha postulado la necesidad del sometimiento de la técnica al espíritu, o sea, la no disociación sino la unidad armónica y dialéctica. Con ello, también se da respuesta a uno de los aspectos fundamentales del Ideario de la UIA.
- CUARTO:** Que la UIA fue la primera universidad en México que ofreció estudios de licenciatura en Comunicación, lo cual garantiza una experiencia que, de hecho, ha sido aprovechada por otras instituciones mexicanas, si bien la mayoría ha descuidado esta unidad íntima entre humanismo y tecnología.
- QUINTO:** Que han egresado 14 generaciones de profesionistas con estudios de grado solamente en nuestra Universidad, lo cual representa un total aproximado de 450 exalumnos, de los cuales 100 ya han recibido su título. A esto hay que añadir estudiantes egresados del ITESO, el ITESM, la UNAM, la escuela de Periodismo "Carlos Septiém García" y otros con estudios equivalente a licenciatura en el extranjero que han manifestado interés en hacer estudios de posgrado que, actualmente, ninguna Institución mexicana satisface.



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

SEXTO: Que existen profesores calificados con estudios de - posgrado en Comunicación realizados en el extranjero y, asimismo, profesores calificados con estudios de posgrado en Filosofía, Antropología, etc., realizados en México y en el extranjero. Unos y otros se podrían complementar, sobre todo si se toma en cuenta que los segundos conocen el campo de la Comunicación - ya sea por tener la licenciatura en esa área o por estudios sistemáticos de lingüística y otros.

SEPTIMO: Que existe interés manifestado por parte de profesores, empleadores, alumnos y exalumnos por seguir estos cursos de posgrado que proponemos.

2...

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

PROGRAMA DE MAESTRIA EN COMUNICACION

OBJETIVOS DEPARTAMENTALES

El objetivo principal de este Departamento es capacitar al estudiante en el vasto campo de la comunicación humana, proporcionándole los conocimientos necesarios sobre el proceso de la comunicación, los elementos de este proceso, las teorías para explicarlo y las técnicas para llevarlo al cabo eficazmente e investigar sus factores y efectos.

Tienen especial relevancia las materias orientadas a capacitar al estudiante en el área de la comunicación social o colectiva, en la correcta utilización de los medios de comunicación social -Prensa, Radio, Cine y Televisión-, así como en dos importantes actividades basadas en la comunicación: Publicidad y Relaciones Públicas.

Entre las disciplinas con las que se mantiene un diálogo regular se encuentran Filosofía, Sociología, Antropología, Matemáticas y Administración.

OBJETIVOS DE LA MAESTRIA

Los objetivos de la Maestría en Comunicación de la UIA son:

- a) Preparar personal especializado que, a través de las actividades docentes y de investigación sea capaz de utilizar los medios y sistemas de comunicación social orientándolos hacia la solución de los problemas políticos, educativos, sociales y culturales inherentes al nivel de desarrollo de nuestro país.
- b) Sentar las bases para crear próximamente un Doctorado en Comunicación.

REQUISITOS DE ADMISION

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

- Posean una licenciatura universitaria en Comunicación o su equivalente.
- Posean alguna otra licenciatura universitaria o su equivalente.
- Hayan cursado y aprobado todos los cursos requeridos para la obtención de dichas licenciaturas. A estos candidatos se les concederá un plazo de un año para la obtención de su licenciatura a partir de su primera inscripción a cursos de posgrado.

Otros requisitos académicos.

- Lectura y comprensión oral del idioma inglés.
- Haber cursado o cursar con categoría de prerrequisitos, cursos cuyo contenido sea equivalente a los señalados a continuación.

	Horas/Semana/Período	
	Clase	Trabajo Personal
Investigación de la Comunicación I.	4	4
Investigación de la Comunicación II.	4	4
Teoría de la Comunicación I.	4	4
Teoría de la Comunicación II.	4	4
Filosofía de la Comunicación.	2	2
Talleres de Medios Impresos y Audiovisuales.	4	4
	<hr style="width: 50px; margin: 0 auto;"/> 22	<hr style="width: 50px; margin: 0 auto;"/> 18

El Consejo Técnico determinará, después de estudiar el expediente de cada candidato, los cursos adicionales a nivel de licenciatura que se consideren necesarios en cada caso.

Estos requisitos deben ser considerados como elementos de juicio que contribuyen a la decisión del Consejo Técnico sobre la admisión del candidato. El Consejo Técnico se reserva el derecho de admitir a los candidatos teniendo en cuenta las características personales, de experiencia y académicas en cada caso.



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

El Consejo Técnico evaluará periódicamente a cada uno de los candidatos, y determinará si puede ser admitido a proseguir sus estudios, después de escuchar la opinión del Asesor Académico del candidato.

El Asesor Académico del candidato autorizará el número de materias a las que puede inscribirse cada semestre.

PROCEDIMIENTOS DE ADMISION

El candidato solicitará por escrito su admisión en la Dirección del Departamento. Entregará los siguientes documentos:

- Fotocopia del título o acta de examen profesional.
- Certificado completo de estudios de licenciatura.

Realizará las pruebas, exámenes o entrevistas requeridas por el Consejo Técnico.

El Consejo Técnico determinará en cada caso sobre la admisión del candidato, así como sobre las condiciones de la misma.

En caso afirmativo, el Director del Departamento extenderá al candidato su carta de admisión.

El candidato admitido realizará los trámites de inscripción en la Dirección de Servicios Escolares -Sección de Posgrado, donde deberá entregar:

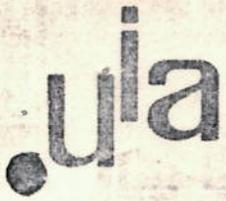
- Carta de admisión
- Fotocopia del título o acta de examen profesional
- Certificado completo de estudios de licenciatura
- Tres fotos de frente recientes, tamaño credencial

ASESORIA ACADEMICA

Cada candidato a la Maestría en Comunicación tendrá un asesor académico, escogido entre los profesores de tiempo del Departamento.

Las funciones del asesor académico serán:

5...



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

- Alentar y facilitar la selección de objetivos personales y toma de decisiones realistas y responsables, que propicien un desarrollo personal y la formación integral y humana.

Promover la elaboración de un curriculum personal que parta del programa de estudios hacia la consecución de conocimientos y experiencias que enriquezcan humana y académicamente al candidato.

Brindar información sobre los requisitos y procedimientos académicos y académico-administrativos, así como sobre la organización general y los reglamentos de la UIA.

REQUISITOS PARA LA OBTENCION DEL GRADO

MAESTRIA

El candidato deberá reunir un mínimo de 90 créditos, distribuidos de la manera siguiente:

	Clase/Trabajo Personal		
<u>Materias comunes obligatorias</u>			24
Técnicas de Investigación en Comunicación	4	4	
Temas Selectos de Filosofía de la Comunicación	2	2	
Seminario Sobre la Comunicación Social y el Desarrollo Cultural de México	4	4	
Seminario de Técnicas Docentes	2	2	
<u>Materias de Especialidad (Comunicación y Desarrollo)</u>			34
Modelos de Comunicación y Estrategias de Desarrollo	4	4	
Comunicación y la Problemática Poblacional	2	2	
Comunicación y la Problemática Política	2	2	
Comunicación y la Problemática Educativa	2	2	
Comunicación y la Problemática Social	2	2	
Evaluación de Programas de Comunicación Para el Desarrollo	2	2	
Talleres de Utilización de Medios Para el Desarrollo	6		
<u>Materias de Especialidad (Comunicación en Organizaciones)</u>			34
Modelos de Comunicación y Comportamiento Organizacional	4	4	
Administración de la Comunicación Interna	2	2	
Sistemas de Información Organizacional	2	2	
Aspectos Críticos de la Comunicación Interna	2	2	
Auditoría Psicosocial de la Organización	2	2	
Taller de Diagnóstico Organizacional	4		
Talleres de Medios de Comunicación Interna	6		
<u>Materias Optativas</u>			12
<u>Opción Terminal</u>			20
Total de Créditos			90



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

SELECCION DE MATERIAS OPTATIVAS

Podrán ser acreditadas como materias optativas, dentro del programa de Maestría en Comunicación, siempre y cuando se cumplan los prerrequisitos señalados en cada caso:

Las materias de posgrado ofrecidas por el Departamento de Comunicación.

Las materias de posgrado ofrecidas por otros Departamentos de la UIA.
Las materias de posgrado ofrecidas por otras instituciones de educación superior.

Experiencias de trabajo supervisado y de investigación realizada por el candidato.

La elaboración de trabajos publicables por el candidato.

La autorización de las materias optativas será dada por el Asesor Académico del candidato.

La evaluación en créditos de las materias tomadas fuera de la UIA será hecha por el Consejo Técnico en cada caso, después de escuchar la opinión del Asesor Académico del candidato.

OPCION TERMINAL

Trabajo que reúna las condiciones señaladas en el Documento de Estructura de Posgrado, y que tenga como tema alguno de los problemas propios de la especialidad que haya cursado el candidato. Se podrá escoger entre:

- Investigación bibliográfica de revisión crítica y personal.
- Investigación práctica de campo o experimental.
- Informe crítico de un período supervisado de prácticas, que incluya un sólido marco teórico y las conclusiones pertinentes.
- Publicación de un libro que contribuya a la docencia o divulgación seria en el campo, y defensa por el candidato de su base teórica.
- Publicación de un conjunto coherente de artículos en revistas debidamente acreditadas, que equivalga en esfuerzo y calidad a las opciones terminales anteriores.



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

DESCRIPCION DE MATERIAS

Materias Comunes Obligatorias

TECNICAS DE INVESTIGACION EN COMUNICACION:

P.:

D.: Aspectos fundamentales de la perspectiva científica. Problemas filosóficos, metodológicos y prácticos de su aplicación al estudio de la comunicación. Técnicas avanzadas de recolección, medición y análisis de datos, y su adaptación a las necesidades y recursos de America Latina.

TEMAS SELECTOS DE FILOSOFIA DE LA COMUNICACION:

P.:

D.: La cuestión de la alteridad. Condiciones de posibilidad del conocimiento. Tres concepciones en el estudio de la comunicación: Teorías trascendentalistas, teorías positivistas, la teoría Marxista.

SEMINARIO SOBRE LA COMUNICACION SOCIAL Y EL DESARROLLO CULTURAL DE MEXICO:

P.:

D.: Análisis profundo de los diversos aspectos culturales de nuestro país y de la relación que guardan con respecto a los sistemas de comunicación social.

SEMINARIO DE TECNICAS DOCENTES:

P.:

D.: Problemas, métodos y técnicas de enseñanza de las Ciencias de la Comunicación a nivel universitario.

Materias de Especialidad

MODELOS DE COMUNICACION Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO:

P.:

D.: Diferentes concepciones de desarrollo y los modelos propuestos para conseguirlo. Análisis de las estrategias de desarrollo más congruentes con la situación actual de México y America Latina. Estudio del papel que juegan los sistemas de comunicación social dentro de una estrategia de desarrollo integral.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

COMUNICACION Y LA PROBLEMÁTICA POBLACIONAL:

P.:

D.: Estudio de la situación demográfica de México y los países Latinoamericanos, y sus repercusiones económicas, políticas y sociales. Utilización de las técnicas de comunicación social para programas de educación en población. Consideraciones ideológicas y filosóficas sobre estos temas.

COMUNICACIÓN Y LA PROBLEMÁTICA POLITICA:

P.:

D.: Relación entre la comunicación social y el orden político. Teoría y estructura de sistemas de comunicación democráticos y totalitarios. Control y usos de las comunicaciones masivas como instrumentos de poder en México y America Latina.

COMUNICACION Y LA PROBLEMÁTICA EDUCATIVA:

P.:

D.: La comunicación social como complemento de los sistemas de educación formal. Análisis y evaluación profunda de los usos de los medios de comunicación colectiva en el proceso educativo de países con altos índices de analfabetismo, y con recursos educativos limitados.

COMUNICACION Y LA PROBLEMÁTICA SOCIAL:

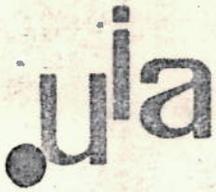
P.:

D.: Efectos de la comunicación masiva sobre la sociedad. Evaluación crítica de los ataques más comunes a los medios de comunicación en America Latina: Imposición ideológica y cultural, fomento del consumismo, la alienación y el conformismo, preservación del status quo, etcétera.

EVALUACION DE PROGRAMAS DE COMUNICACION PARA EL DESARROLLO:

P.:

D.: Metodologías para evaluar los efectos de programas de comunicación diseñados para lograr algún cambio social. Se enfatiza la secuencia lógica entre el diagnóstico inicial, el diseño y la implementación del programa de cambio, y la evaluación final y su utilización para modificar los programas.



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

MODELOS DE COMUNICACION Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL:

P.:

D.: Revisión de las diversas teorías de comportamiento organizacional y su aplicabilidad a sociedades tradicionalistas no industrializadas. Análisis de las funciones de la comunicación dentro de las teorías antes mencionadas. Discusión de nuevas alternativas comunicativas que coadyuven a una mayor humanización del trabajo.

ADMINISTRACION DE LA COMUNICACION INTERNA:

P.:

D.: Estudio de cada una de las etapas del proceso administrativo de la función comunicativa: planeación, organización, dirección y control. Diseño e implementación de una unidad administrativa que maneje la comunicación interna de la organización.

SISTEMAS DE INFORMACION ORGANIZACIONAL:

P.:

D.: Estudio de las redes y flujos de información de la organización considerada como un sistema social. Los elementos humanos (personal), tecnológicos (máquinas) y organizativos (procedimientos) inherentes al manejo de sistemas de información. Relaciones de estos sistemas con los aspectos de eficiencia y control de la institución.

ASPECTOS CRITICOS DE LA COMUNICACION INTERNA:

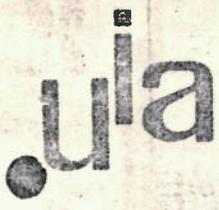
P.:

D.: Aplicación de diversas teorías y técnicas de comunicación a procesos organizacionales específicos: toma de decisiones, resolución de conflictos, manejo de rumores, liderazgos de opinión, campañas informativas, motivacionales y persuasivas, sistemas de retroalimentación.

AUDITORIA PSICOSOCIAL DE LA ORGANIZACION:

P.:

D.: Métodos de investigación que permiten diagnosticar el estado de los procesos psicosociales de la organización: motivación, liderazgo, ambiente de trabajo, realización personal, actitudes hacia la organización, conflictos interpersonales, etc. Utilización de la información recavada para el mejoramiento de tales procesos.



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

TALLER DE DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL:

P.:

D.: Investigación práctica en alguna organización sobre aspectos de comunicación interna, bajo la dirección de algún miembro del claustro profesoral del Departamento. Se recomienda que esta investigación sea parte de la opción terminal.

TALLERES DE MEDIOS DE COMUNICACION INTERNA:

P.:

D.: Prácticas en el diseño y utilización de los canales y medios de comunicación interna: tableros de avisos, boletines, revistas internas, sistemas de quejas y sugerencias, sistemas de reconocimiento al mérito, reuniones informativas, etcétera. Los créditos de estas materias podrían cursarse en uno o varios períodos dependiendo de la aprobación del asesor académico.

TALLERES DE UTILIZACION DE MEDIOS PARA EL DESARROLLO:

P.:

D.: Prácticas en el diseño de mensajes y utilización de medios destinados al logro del cambio social. Relización de mensajes impresos y audiovisuales: panfletos, carteles, programas radiofónicos y de televisión, etcétera.

FORMACION DEL CLAUSTRO PROFESORAL

Contratación de Profesores de Tiempo:

Se ha previsto que las necesidades docentes y de investigación generadas por la maestría a corto plazo podrán ser satisfechas por medio de la contratación de tres profesores de tiempo completo para el primer año escolar, y la contratación adicional de dos profesores de tiempo para el segundo. Algunos candidatos para ocupar estos puestos ya han sido identificados.

Cursos impartidos por Profesores Visitantes:

Buscando complementar los esfuerzos de los profesores de tiempo, así como posibilitar a nuestros alumnos el acceso a especialistas de reconocido prestigio en el campo de la comunicación, se ha preparado un programa de identificación y captación de profesores visitantes.

Actualmente contamos con el ofrecimiento de los siguientes profesores para el semestre de otoño de 1977:

Dr. Donald Bogue, Director del Programa de Comunicación y Población, Universidad de Chicago.

Dra. Jane Trowbridge, especialista en programas de comunicación y desarrollo, Universidad de Chicago

Dr. Gavriel Salomon, profesor asociado del Departamento de Psicología de la Universidad Hebrea de Jerusalem, y especialista en usos educativos de la televisión.

Finalmente, se está tramitando la obtención de una Cátedra Fullbright para un especialista distinguido que impartiría clases durante el año escolar 1977-1978. El Sr. Fred Emmert, Secretario para Asuntos Culturales de la Embajada Americana nos ha asegurado que existe una buena posibilidad de lograr la obtención de dicha cátedra para nuestro Departamento, dada la gran importancia que se le asigna al desarrollo de programas de estudios sobre comunicación en México.

Programa de Formación y Actualización de Profesores:

Con objeto de asegurar la continuidad futura de los programas de grado y de posgrado, así como de lograr un nivel académico cada vez mayor, se ha elaborado un programa de formación y actualización de profesores, con la participación de los alumnos más destacados en la carrera y del actual claustro de profesores.

Con tal motivo, el Departamento ha establecido contacto con instituciones de enseñanza superior en el extranjero, mismas que han otorgado una serie de becas para especialización en muy diversos campos de la comunicación social.

En el desarrollo de este programa de becas se ha buscado que las especialidades ofrecidas respondan tanto a las necesidades del Departamento como a los intereses de los profesores y alumnos participantes.

En la actualidad se han obtenido las siguientes becas para alumnos para el año 1977:

- Una beca en la Universidad de Stanford para el área de Comunicación y Desarrollo.
- Dos becas en la Universidad de Chicago para el área de Comunicación y Población.
- Una beca en la Universidad de Ohio para el área de Comunicación y Relaciones Internacionales.
- Una beca para el entrenamiento en uso de medios audiovisuales en problemas de población en la Universidad de Chicago.

Por otra parte, se están tramitando becas en las siguientes universidades:

- Una en la Universidad de Michigan para el área de Comunicación en Organizaciones.
- Una en la Universidad de Ohio para el área de Comunicación Interpersonal.
- Una en la Universidad de Florida para el área de Comunicación Masiva.
- Una otorgada por la Embajada Americana para estudios en el área de Sistemas de Comunicación Social.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

Se espera que estas oportunidades se concreten en un lapso no mayor a tres meses y que se ofrezcan para el semestre de otoño de 1978.

El programa aquí presentado cubre las necesidades docentes de los primeros años y nos asegura un reflujo de personal altamente capacitado para los años de 1979-1981. Debe notarse que además de candidatos para profesores de tiempo, ya se han identificado una veintena de profesores tanto de la UIA como de fuera que podrían desarrollar labores docentes de asignatura.

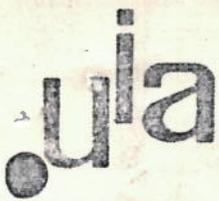
PROFESORADO POTENCIAL PARA INICIAR LA MAESTRIA

Profesores de Asignatura (externos a la UIA)

- Lic. Alberto Montoya, Maestría en Comunicación, Stanford.
- Lic. Ma. Antonieta Rebeil, Maestría en Educación, Stanford.
- Lic. Antonio De Noriega, Maestría en Comunicación, Stanford.
- Sr. Manuel Cosío, Maestría en Comunicación, Columbia.
- Dr. Gonzalo Rivero, Doctorado en Comunicación, Michigan State.
- Lic. Carlos Avila, Maestría en Comunicación, Univ. of Florida.
- Lic. Manuel Gómez Ortigoza, Maestría en Comunicación, Southern California.
- Lic. Eduardo García Gaspar, Maestría en Publicidad, Univ. of Chicago.
- Mtro. Enrique León Martínez, Maestría y estudios de Doctorado en Comunicación, University of Wisconsin.
- Dr. Raúl Santoyo, Doctorado en Sociología, Notre Dame.
- Dr. Gregorio Martínez Valdés, Doctorado en Comunicación, Univ. of Wisconsin.
- Dr. Leobardo Jimenez, Doctorado en Sociología Rural.
- Dra. Elvia Palomera, Doctorado en Filosofía.

Profesores de Asignatura (internos a la UIA)

- Mtro. Ney Villamil, Maestría en Comunicación, Boston University.
- Dr. Fernando Tudela, Doctorado en Arquitectura, Técnica Superior de Arquitectura.
- Mtro. Rodrigo Medellín, Maestría en Sociología, Fordham.
- Mtro. Miguel Manzur, Maestría en Filosofía, UIA.



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

Profesores de Asignatura (del Departamento de Comunicación)

Lic. Jesús Ma. Cortina, Doctorado en Sociología en trámite.

Lic. Francisco Prieto, Maestría en Antropología en trámite.

Profesores de Tiempo (del Departamento de Comunicación)

Mtro. José Rubén Jara, Maestría y Doctorado (publicación de la disertación pendiente) en Comunicación, Michigan State.

Profesores de Tiempo (Que deben ser contratados)

Mtro. Mario Bravo R., Maestría en Comunicación y Sociología Rural, Leicester.

Dr. Felipe Korzenny, Doctorado en Comunicación, Michigan State.

Mtro. Fernando Morett, Maestría y próximamente Doctorado en Comunicación, Stanford.



CCC
AI
0181

**ENCUESTA Y DISEÑO EXPERIMENTAL:
METODOS DE INVESTIGACION
EN CIENCIAS SOCIALES
Y DEL COMPORTAMIENTO**

México, como la mayoría de los países, se enfrenta en estos momentos a crecientes problemas sociales, políticos y económicos. La observación y el estudio científico del fenómeno social se impone por lo tanto como una necesidad urgente para su adecuada comprensión y la búsqueda de sus posibles soluciones.

Evidentemente, ante los complejos problemas de nuestros días es esencial para cualquier país contar con investigadores capacitados en ciencias sociales y del comportamiento. En México hasta hace poco tiempo, no era raro que las escuelas y facultades de las disciplinas sociopolítico-económicas y del comportamiento, carecieran de programas adecuados en métodos de investigación social. Por otra parte, dados los avances significativos que se han estado produciendo -durante los últimos años- en los métodos y, particularmente, en las técnicas de investigación social, es muy importante que los profesionales dedicados a esta actividad actualicen sus conocimientos.

Ultimamente, los funcionarios tanto de la empresa pública como de la privada deben utilizar los resultados de las investigaciones sociales. Sin embargo, al no contar con un conocimiento funcional y actualizado frecuentemente se ven limitados para tomar decisiones en este sentido, al no conocer tan adecuadamente como sería deseable los métodos y técnicas de la investigación, sus usos y

limitaciones, su forma de aplicación, etc.

Por otra parte, tanto para los investigadores como para quienes utilizan la investigación social es también importante conocer la forma de manejar los datos una vez que éstos han sido recopilados; cómo procesarlos, cómo utilizarlos, cómo tomar decisiones con base en ellos, etc. Es relativamente común que personas o instituciones interesadas en la investigación social lleven a cabo proyectos de investigación hasta la fase de recopilación de datos, pero que llegados a este punto se encuentran con problemas que los limitan o aún les impiden el proseguir con el procesamiento y análisis de datos primero, y segundo, su uso para la toma de decisiones y su aprovechamiento para otros fines tales como los de fórmulas políticas, enriquecer el acervo de conocimientos sobre una área social, etc.

Considerando lo anterior, la Universidad Iberoamericana a través de la Dirección General de Estudios de Grado y el Centro de Difusión y Extensión Universitarias, ha preparado un curso de actualización en Métodos de Encuesta y Diseño Experimental en Ciencias Sociales y del Comportamiento.

OBJETIVO GENERAL DEL CURSO

El objetivo general de este curso es el de capacitar a participantes avanzados en el diseño, realización, análisis y utilización de investigaciones en ciencias sociales y del comportamiento. El concepto de "investigaciones" se circunscribirá a las dos metodologías más importantes y más comúnmente utilizadas en dichas ciencias: investigación por encuestas y diseños experimentales.

El propósito es que al terminar el curso los participantes puedan realizar este tipo de investigaciones (por lo menos hasta niveles intermedios de complejidad) en forma válida y confiable y de manera independiente o con un mínimo de supervisión. Por consiguiente, la orientación del curso es eminentemente formativa.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 1) Capacitar y actualizar a investigadores en ciencias sociales y del comportamiento, que poseen ya conocimientos previos (básicos) y cierta experiencia, en el diseño, desarrollo, implementación, análisis y utilización de investigaciones mediante dos metodologías: encuestas y experimentos.
- 2) Capacitar y actualizar a utilizadores de la investigación en ciencias sociales y del comportamiento en: (a) el proceso mismo de investigación, como una base necesaria para la mejor comprensión, evaluación y utilización de la investigación científica y toma de decisiones.
- 3) Para los dos objetivos anteriores se enfatiza no sólo el diseño de investigación y su desarrollo e implementación sino también los procesos subsiguientes de procesamiento, análisis, utilización y toma de decisiones.
- 4) Como requisito de acreditación, al terminar el curso los participantes deberán haber realizado este tipo de investigaciones -por lo menos hasta niveles intermedios de complejidad- en forma válida y confiable y de manera independiente o con un mínimo de supervisión.

NIVEL.

Este curso se define como formativo a nivel de maestría. Por lo tanto, se presupondrán conocimientos previos en los participantes que serán acreditados mediante un examen anterior a la iniciación del curso.

Considerando lo anterior, este curso se dirige fundamentalmente a dos tipos de personas: (1) a estudiantes de alguna maestría en ciencias sociales y del comportamiento que necesitan capacitarse más en la metodología de investigación social, y (2) a profesionales en estas ciencias que directa o indirectamente estén involucradas en la realización o en la utilización de investigaciones sociales. Personas en áreas paralelas a las anteriores pueden ser también consideradas para admisión en el curso.

PRERREQUISITOS

- 1) Haber terminado satisfactoriamente por lo menos una licenciatura en alguna de las ciencias sociales y del comportamiento o en una área afín.
- 2) Estar actualmente cursando regularmente una maestría en las ciencias afines y/o estar dedicados al ejercicio profesional en alguna de dichas ciencias en forma tal que incluya la realización o la utilización de investigaciones sociales.
- 3) Independientemente de los puntos (1) y (2) anteriores, poseer un nivel mínimo de conocimientos correspondiente al dominio

funcional de un conjunto de textos básicos (o de textos equivalentes). Estos textos serán identificados en una lista que se proporcionará a los participantes. Los textos citados cubren las siguientes áreas: aspectos generales de la metodología de investigación social: proceso de investigación, desde la formulación del problema hasta el planteamiento de hipótesis; investigación por encuestas (incluyendo: formulación de cuestionarios, muestreo y técnicas de medición y escalamiento); diseños experimentales (aspectos básicos de diseño y análisis) y por lo menos un nivel introductorio de estadística descriptiva e inferencial.

- 4) Disponibilidad suficiente de tiempo semanal, (por lo menos cinco horas) más allá de las tres horas de clase, para realizar lectura de textos y otros materiales y para efectuar ejercicios y prácticas.

INSTRUCTORES

PATRICIA ARRIAGA. Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Información, Universidad Iberoamericana. Profesor de tiempo completo en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social, Universidad Anáhuac. Coordinadora del Centro de Investigación en Comunicación, Universidad Anáhuac

RODRIGO DIAZ ACOSTA. Licenciatura y Maestría en Antropología, Instituto Nacional de Antropología e Historia. Maestría en Biomatemáticas, Universidad de Minnesota. Profesor Asociado de Estadística y Probabilidad y de Procesamiento Electrónico de Datos, Departamento de Matemáticas, Universidad Iberoamericana.

JOSEP ROTA. Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Información, Universidad Iberoamericana. Maestría y Doctorado en Comunicación, Michigan State University. Director del Centro de Investigación en Comunicación, Universidad Anáhuac.

NEY VILLAMIL. Licenciatura en Administración de Empresas, Universidad Iberoamericana. Maestría en Ciencias, Boston University. Director del Departamento de Administración, Universidad Iberoamericana.

Coordinador del curso Doctor JOSEP ROTA.

METODO DE INSTRUCCION

- 1) clase impartida por el instructor incluyendo la transmisión de conocimientos y la discusión del contenido de los ejercicios realizados con los participantes.
- 2) lectura y estudio de diversos materiales, incluyendo libros de texto previos y de consulta y repaso, y reproducciones de artículos publicados en revistas científicas.
- 3) realización de ejercicios y prácticas, correspondientes uno para cada uno de los subtemas en los que se dividirá el curso.
- 4) realización a lo largo del curso de un problema de encuesta y de un diseño experimental y análisis de sus resultados con base en los

conocimientos adquiridos. Este trabajo se llevará a cabo en grupos promedio de cinco personas.

ACREDITACION

El programa completo (dos semestres) equivale a ocho créditos de maestría que podrán ser acreditados en cualquier programa de ciencias sociales y del comportamiento en la UIA, siempre y cuando se cumplan los requisitos académicos del programa.

FECHAS Y HORARIOS

El programa se dividirá en dos partes, cada una será llevada a cabo durante un semestre escolar. La primera parte se iniciará el 13 de septiembre de 1976 y finalizará el 6 de diciembre de 1976. La segunda se iniciará el 10 de enero y finalizará el 4 de abril de 1977. Las sesiones serán de 3 horas cada una, una vez por semana todos los lunes de 18:30 a 21:30 horas.

COSTO

Para estudiantes de maestría de la Universidad Iberoamericana el costo será el equivalente a ocho créditos de posgrado.

Para cualquier otra persona el costo total del programa será de \$ 12,000.00 que deberán ser cubiertos en tres exhibiciones de \$ 4,000.00 cada una. Una el mes de septiembre antes de iniciarse el curso; la segunda antes del 10 de octubre y la tercera antes del 10 de diciembre.

Incluye material didáctico y libros de texto.

Inscripciones abiertas en el Centro de Difusión
y Extensión Universitarias. Universidad
Iberoamericana, Cerro de las Torres 395,
México 21, D.F. Tel: 549-3500 exts. 131
y 265. Edificio B-segundo piso.

CONTENIDO
PRIMER SEMESTRE

Fecha	Tema	Profesor Titular	Profesor Adjunto
1976			
Sep 13	Planteamiento del problema de investigación. Elementos fundamentales. Revisión de la literatura. Marco teórico. Función y tipos de teorías. Conceptos y constructos.	Patricia Arriaga	Josep Rota
Sep 20	Definiciones. Operacionalización. Variables. Hipótesis.	Patricia Arriaga	Josep Rota
Sep 27	Bases de la estadística. Estadística descriptiva.	Rodrigo Díaz	Ney Villamil
Oct 4	Estadística descriptiva. Ley de probabilidades.	Rodrigo Díaz	Ney Villamil
Oct 11	Proceso de investigación por encuestas. Medición.	Josep Rota	Ney Villamil
Oct 18	Diseño y elaboración del cuestionario.	Josep Rota	Ney Villamil
Oct 25	Cuestionario. Entrevista. Trabajo de campo.	Josep Rota	Ney Villamil
Nov 8	Muestreo. Técnicas de Muestreo.	Ney Villamil	Josep Rota
Nov 15	Técnicas de muestreo, implementación de la muestra.	Ney Villamil	Josep Rota
Nov 22	Procesamiento y análisis de datos.	Rodrigo Díaz	Ney Villamil
Nov 29	Medición y técnicas de escalamiento. (Diferencial semántico y Likert)	Josep Rota	Ney Villamil
Dic 6	Técnicas de escalamiento (Guttman, Thurstone, clasificación, ordenamiento, comparación por pares); Escalas e índices sociométricos y psicométricos	Josep Rota	Ney Villamil

SEGUNDO SEMESTRE

Fecha	Tema	Profesor Titular	Profesor Adjunto
1977			
Ene 10	Estadística no paramétrica: nivel nominal.	Ney Villamil	Rodrigo Díaz
Ene 17	Estadística no paramétrica: nivel ordinal.	Ney Villamil	Rodrigo Díaz
Ene 24	Correlación (de cero orden, múltiple, parcial, biserial). Regresión lineal	Rodrigo Díaz	Josep Rota
Ene 31	Regresión múltiple; (análisis factorial por componentes principales). Otros modelos basados en correlaciones.	Rodrigo Díaz	Josep Rota
Feb 7	Bases del diseño experimental. Diseño experimental clásico y derivaciones.	Josep Rota	Patricia Arriaga
Feb 14	Diseños experimentales, pre-experimentales y cuasi-experimentales.	Josep Rota	Patricia Arriaga
Feb 21	Diseños experimentales, pre-experimentales y cuasi-experimentales. Diseño experimental de campo.	Josep Rota	Patricia Arriaga
Feb 28	Prueba t_2 ; Análisis simple y factorial de variancia.	Rodrigo Díaz	Ney Villamil
Mar 7	Análisis factorial de variancia. Análisis de covariancia.	Rodrigo Díaz	Ney Villamil
Mar 14	Diseño, análisis y realización de experimentos	Josep Rota	Patricia Arriaga
Mar 21	Reporte de investigación. Uso de resultados.	Patricia Arriaga	Ney Villamil
Mar 28	Utilización del conocimiento científico. Evaluación de investigaciones.	Mesa redonda con los cuatro instructores	
Abr 4	Relación entre la investigación científica y la construcción de teoría. Problemas éticos en la investigación social.	Mesa redonda con los cuatro instructores	



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

CCC
AI
0181

9 de Diciembre de 1976.

LIC. LUIS MORFIN LOPEZ,
Director de la Escuela de
Ciencias de la Comunicación,

P r e s e n t e .

Estimado señor Director:

Nos es grato informarle acerca de la apertura de nuestro programa de estudios de la comunicación a nivel de posgrado.

Junto con esta carta encontrará usted copia del programa de maestría, aprobado por el Comité Académico de Posgrado de nuestra Universidad el día 30 de noviembre.

La maestría tendrá inicialmente dos especializaciones: Comunicación y Desarrollo y Comunicación en Organizaciones, ambas ofrecidas por vez primera en México.

Consideramos interesante y de importancia para nuestro país el inicio de los estudios de posgrado en Comunicación, nos parece, además, que el programa de maestría que presentamos, podrá satisfacer necesidades y expectativas de quienes se dedican con seriedad al estudio, docencia e investigación de esta disciplina, en instituciones como el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

Le agradeceremos, pues, nos ayude a difundir esta información entre profesores y alumnos de su Institución. Las solicitudes de admisión a la maestría serán consideradas a partir del 17 de enero de 1977.

Aunque estamos satisfechos de poder llevar a la práctica esta idea, sabemos que la implementación del programa de maestría tendrá más posibilidades de éxito si podemos contar con observaciones y sugerencias de personas calificadas como usted; esperamos pues su colaboración en este sentido y la agradecemos por anticipado.

... 2

Falta copia del programa de Luis Morfin?



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

... 2

Reciba un saludo cordial.

A t e n t a m e n t e ,

Dr. Rubén Jara E.
Coordinador de la
Maestría en Comu-
nicación.

Lic. José Cárdenas Hernández
Director del Departamento de
C o m u n i c a c i ó n .

I.- ASPECTOS SOCIALES DE LA CARRERA.

A.- Satisface las siguientes necesidades sociales:

a) Proveer a instituciones sociales productoras de - bienes o servicios -en especial, de esta última categoría y a las que primordialmente se dedican a producir mensajes o discursos- de recursos humanos con formación, información y habilidades, adquiridas mediante un proceso sistemático y escolarizado, sobre los aspectos más relevantes, teóricos y prácticos, de la comunicación colectiva e interpersonal.

B.- Dentro del contexto de problemas nacionales, estas necesidades se consideran significativas, por lo siguiente:

a) La comunicación es uno de los procesos o variables que contribuyen o dificultan el proceso global de desarrollo de un país, en sus aspectos cultural, político, económico y social.

b) La comunicación es una práctica social que refleja y refuerza el sistema de normas, valores y signos de una sociedad -o formación social- específica; pero, simultáneamente, puede y debe ser una de las prácticas sociales cuya modificación -cuantitativa y cualitativa- coadyuva al cambio y enjuiciamiento de los sistemas antes mencionados.

c) La acción -sea individual o social-, para conseguir el desarrollo de un país (désele al término desarrollo el contenido que se quiera: industrialismo, acumulación de capital, o acrecentamiento de la capacidad crítica, participativa y organizativa de la mayoría de la población, etc.) ha -contado históricamente con procesos y técnicas de comunicación idóneos y eficientes, o ha debido controlar y suprimir algunos de ellos.

d) Del análisis de la historia de México puede concluirse, razonablemente, que el mejoramiento de los aspectos cultural, social, político o económico del país, está vinculado -aunque esta vinculación no ha logrado aún conocerse y formularse con suficiencia y precisión- al incremento -cuantitativo y cualitativo- de mensajes o discursos masivos, grupales e interpersonales.



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

C.- Los factores de la UIA que hacen diferente nuestra carrera de otras similares, son:

a).- La preocupación por usar la comunicación como factor que coadyuve a lograr estructuras más justas.

b).- La aceptación de pluralidad de enfoques para el estudio y la aplicación de la comunicación.

c).- La tendencia a propiciar la participación de los educandos en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

d).- La valoración teórica y práctica (en cuanto a existencia de contenidos específicos de enseñanza-aprendizaje) del humanismo.

D.- Los factores de la carrera que la hacen diferente de otras, son:

a).- Búsqueda del equilibrio entre la formación e información acerca del saber y del saber hacer, o sea - entre teoría y práctica; entre ciencia y técnica; entre la adquisición de conocimientos y la adquisición de habilidades; entre la obtención y manejo de datos e instrumentos para conocer y juzgar la realidad, y la formulación de juicios y su aplicación.

b).- Búsqueda y experimentación para lograr un currículum equilibrado en cuanto a generalidad y especificidad o especialización.

c).- Enfoque interdisciplinario.

E.- Cualidades del egresado de nuestra carrera:

a).- Diversidad y pluralidad de prácticas profesionales sustancialmente diferenciadas.

b).- Preocupación por los aspectos éticos de la profesión.

c).- Posibilidades de progreso y asimilación de la



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES/ DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

experiencia profesional.

d).- Tendencia a fomentar la investigación.

II.- OBJETIVOS DE LA CARRERA DE LICENCIADO EN COMUNICACION:

A.- Preparar profesionales capacitados para intervenir en procesos de comunicación interpersonal, grupal, organizacional y colectiva, entre otros, que contribuyan a mejorar el sistema económico, político, cultural y social del país.

Esta preparación abarca fundamentalmente los siguientes campos profesionales:

PERIODISMO
PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS
RADIO
TELEVISION
CINE
INVESTIGACION DE LA COMUNICACION.

B.- Preparar profesionales capacitados para planear, diseñar, elaborar y realizar el proceso de difusión de mensajes o discursos a través de medios impresos, auditivos o audiovisuales.

C.- Preparar profesionales capaces de, científicamente, explicar, atribuir características y predecir condiciones y relaciones de los elementos (humanos, técnicos, económicos, socio-culturales y políticos) que intervienen en los procesos de comunicación.

D.- Preparar profesionales capacitados para seleccionar, coordinar y evaluar recursos humanos, técnicos y económicos, cuya actividad consista en diseñar, elaborar y difundir mensajes o discursos, y en evaluar las causas y efectos de los mismos.

El Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación se forma de la siguiente manera:

Materias Obligatorias del Area Básica	116	Créditos
Materias Obligatorias del Area Mayor	152	Créditos
Materias Optativas del Area Mayor	8	Créditos
Materias del Area Menor	48	Créditos
Materias del Area de Integración	40	Créditos
Servicio Social	24	Créditos
Opción Terminal	16	Créditos
TOTAL	<u>404</u>	"

CCC
AE
0181

El mínimo para acreditar esta Licenciatura es de 404 Créditos

SIGLA	MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA BASICA	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
FL319	Teoría del Conocimiento		4	8
HI325	Historia de México Contemporáneo		4	8
FL250	Teoría del Conocimiento Científico		4	8
FL338	Filosofía del Lenguaje y Semiótica		4	8
S0101	Introducción a la Sociología		4	8
S0221	Teoría Sociológica I	S0101	4	0
MA001	Prerrequisito de Matemáticas		4	8
MA133	Probabilidad y Estadística I	MA001	4	8
MA134	Probabilidad y Estadística II	MA133	4	8
S0103	Técnicas de Investigación Social I		4	8
FL240	Antropología Filosófica		4	8
FL251	Filosofía Social		4	8
PS198	Psicología Aplicada		2	4
DE299	Legislación de los Medios de Difusión		4	8
EC101	Introducción a la Economía		4	8
AD101	Introducción a la Administración			
TOTAL			<u>116</u> HIJOS

SIGLA	MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA MAYOR	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
CM101	Introducción a los Medios de Difusión		4	8
CM102	Teoría de la Comunicación I		4	8
CM203	Teoría de la Comunicación II	CM102	4	8
FL344	Filosofía de la Comunicación		4	8
CM204	Sociología de la Comunicación	CM203, S0221	4	8
PS113	Psicología Social		4	8
CM305	Psicología de la Comunicación I	PS198, CM102	4	8
CM306	Comunicación Interpersonal		4	8
CM307	Opinión Pública ++	PS113, CM204	2	4
CM308	Invest. de la Comunicación I ++	S0103, MA134, CM203	4	8
CM309	Invest. de la Comunicación II ++	CM308	4	8
LT169	Redacción y Estilística		4	8
LT259	Discurso Literario I		2	4
LT260	Discurso Literario II		2	4
LT261	Discurso Literario III	LT259, LT260	2	4
LT262	Discurso Literario IV	LT259, LT260	2	4

++ Estas materias son cursativas y no podrán presentarse en examen a título.

SIGLA	MATERIAS OBLIGATORIAS DEL AREA MAYOR	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
CM210	Periodismo I	CM101	4	8
CM211	Televisión I	CM101	4	8
CM212	Radio I	CM101	4	8
CM213	Cine I	CM101	4	8
CM214	Publicidad I	CM101	4	8
CM215	Relaciones Públicas I		2	4
TOTAL.				152 FIJO

Para cubrir los créditos del Area Mayor se tiene opción a elegir 8 créditos entre las siguientes materias que a continuación se mencionan, o bien materias de un -- Area Menor Especificante que no sea la suya.

SIGLA	MATERIAS OPTATIVAS DEL AREA MAYOR	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
CM218	Comunicación y Evolución Política	S0221	2	4
CM219	Medios de Comunicación Masiva e Ideología	CM204	2	4
CM220	Comunicación y Educación	CM203	2	4
CM221	Comunicación y Lingüística	FL338	2	4
CM222	Televisión y Violencia	CM211	2	4
CM223	Prácticas de Campo en Com. Educativa	S0103, CM305	2	4
CM224	Artes Gráficas		2	4
CM225	Filósofos y Pensadores Mod. de la Com.	CM102	2	4
CM226	Teoría y Práctica de la Inf. en el pensamiento y sociedades socialistas.	CM204	2	4
CM227	Curso de Composición avanzada: estética en la Comunicación	CM211, CM214	2	4
CM228	Comunicación y Psicoanálisis	CM203, CM305	2	4
CM229	Seminario de Tesis	CM309	2	4
CM230	Retórica	FL250	2	4
CM231	Ideología y Metodología Científica en Comunicación	CM308	2	4
CM232	Taller de Publicidad	CM214	4	4
CM316	Comunicación y Pedagogía Rural	CM203	2	4
CM317	Comunicación y Literatura	LT169	2	4
PS190	Dinámica de Grupos		2	4

SIGLA	MATERIAS DE AREA MENOR ESPECIFICANTE	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
<u>Subsistema II (Esp. de Periodismo)</u>				
CM333	*Lab. de Periodismo I (++)	CM210	4	4
CM334	Lab. de Periodismo II (++)	CM210	4	4
CM335	*Prensa Comparada	CM210	4	8
CM336	*Historia Sociocultural del Periodismo	CM210	4	8
CM337	Empresa Periodística	CM210	2	4
CM338	*Sociología de la Inform. Periodística I		2	4
CM339	Lab. de Periodismo Radiofónico (++)	CM212	4	4
CM340	Lab. de Periodismo Televisivo (++)	CM211, CM365	4	4
CM441	Periodismo Interpretativo	CM333	2	4
CM442	Oficinas de Prensa	CM333	2	4
CM395	*Sociología de la Inf. Periodística II	CM338	2	4
TOTAL				48MII

*MATERIAS OBLIGATORIAS.

... y no podrán presentarse en examen a título.

SIGLA	MATERIAS DE AREA MENOR ESPECIFICANTE	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
<u>Subsistema III (Esp. de Cine)</u>				
CM343	*Lenguaje Cinematográfico	CM213	4	8
CM344	*Lab. de Cine I (++)	CM213	4	4
CM345	*Lab. de Cine II (++)	CM343, CM344	4	4
CM346	*Guionismo I (Producción)	CM343, 344, LT259, 260	4	4
CM447	Montaje	CM343, CM344	4	8
CM448	*Guionismo II (Adaptación)	CM345, CM346	4	8
CM349	*Lab. de Realización I (++)	CM344	4	4
CM350	Historia de las Teorías Cinematográficas	CM213	4	8
CM451	*Lab. de Realización II (++)	CM349, CM448	4	4
CM252	Lab. de Fotografía Fija I (++)		4	4
CM453	Estética del Cine	CM213, CM447	2	4
CM454	Lab. de Edición (++)	CM345, CM447	4	4
CM396	Lab. de Fotografía Fija II	CM252	8	8
CM496	Lab. de Fotografía Fija III	CM396	8	8
T O T A L:				56 MIN.
<u>Subsistema IV (Esp. Publicidad y Rel.P)</u>				
AD220	*Elementos de Mercadotecnia	AD101	4	8
CM356	*Publicidad II (Administrativa)	AD220, CM214	4	8
CM357	*Publicidad III (Creativa) (++)	CM214	4	8
AD323	*Investigación de Mercados	AD220	4	8
CM359	*Relaciones Públicas II (Externas)	CM215, CM307	2	4
CM360	*Relaciones Públicas III (Internas)	CM215, PS113, AD101	2	4
CN101	Teoría de la Contabilidad		4	8
CM461	Sem. Casos Práct. de Mercado y Publ.(++)	AD220	2	4
RI313	Administración de Personal	CM360	2	4
CM262	Lab. de Expresión Oral (++)		4	4
T O T A L:				48 MIN
<u>Subsistema V (Esp. de Televisión)</u>				
CM363	*Guionismo TV. I (Simultánea con CM365)	LT261, 262, CM211	4	8
CM464	*Guionismo TV.II (Simultánea con CM466)	CM363	4	8
CM365	*Producción TV. I (Lab) ++		4	4
CM466	*Producción TV.II (Lab) ++	CM365	4	4
CM467	*Dirección Escénica TV. (Lab) ++	CM365	4	4
CM468	*Televisión Educativa I	CM363, CM365, S0103	4	8
CM469	*Televisión Educativa II ++	CM468	4	4
CM370	Etica y Crítica de la Televisión	CM211	2	4
CM340	Lab. de Periodismo Televisivo ++	CM211, CM365	4	4
CM372	Técnica Electrónica TV. (Lab) ++	CM211	4	4
CM373	Administración TV.	AD101, CM211	2	4
CM474	Evaluación de TV. Educativa	CM468	2	4
CM484	Persuasión	CM203	2	4
AR263	Historia del Teatro		4	8
T O T A L:				48 MIN
<u>Subsistema VI (Esp. Teoría e Invest.Com)</u>				
MA243	*Procesamiento Electrónico de Datos I		2	4
MA244	Procesamiento Electrónico de Datos II	MA243	2	4
MA235	* Probabilidad y Estadística III	MA134	4	8

*MATERIAS OBLIGATORIAS

++ Estas materias son cursativas y no podrán presentarse en examen a título.

CM476 *Investigación de la Com. III (++)	CM309	4	8
CM477 *Seminario de Investigación (++)	CM476	2	4
CM478 *Prácticas de Campo I (++)	CM309	2	4
CM479 *Prácticas de Campo II (++)	CM478	2	4
CM480 *Teoría de la Comun. III	CM203	4	8
CM481 *Sem. de Teoría de la Com. I (++)	CM480	4	8
CM482 Sem. de Teoría de la Com. II (++)	CM480	4	8
CM483 Proceso y Efectos de la Com. Colectiva	CM203	2	4
CM484 Persuasión	CM203	2	4
CM485 Difusión I: Información	CM203	2	4
CM486 Difusión II: Innovaciones	CM203	4	4
CM487 Seminario de Difusión (++)	CM485 ó CM486	4	4
CM488 Sem. de Teoría e Invest. en Com. Visual ++	PS113, CM309	4	8
CM489 Comun. Intercultural e Internacional	CM203	2	4
CM490 Diseño y Análisis de Mensajes	CM203	2	4
CM491 Comunicación en Organizaciones	CM203	2	4
CM492 Comunicación Interpersonal II	CM203, CM306	2	4
T O T A L:			<u>68</u> MIN.

*MATERIAS OBLIGATORIAS

++Estas materias son cursativas y no podrán presentarse en examen a título.

SIGLA	MATERIAS DE AREA MENOR	COMPLEMENTANTE	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
AD201	Historia del Pensamiento Administrativo		AD101	4	8
AD202	Planeación y Control		AD101	4	8
AD203	Organización		AD101	4	8
AD204	Dirección Administrativa		AD202 ó AD203	4	8
AD239	Cálculos Mercantiles y Financieros		MA101	2	4
AD240	Finanzas I		AD101	4	8
AD241	Finanzas II		AD240	4	8
AD260	Administración de la Producción		AD202, MA234	4	8
AD261	Sistemas y Procedimientos		AD260	4	8
AD303	Desarrollo Organizacional			4	8
AD304	Auditoría Administrativa		AD202	4	8
AD305	Administración de Empresas Pequeñas		AD204	4	8
AD309	Administración por Objetivos		AD202	4	8
AD311	Conducta Individual y Sist. Soc. en la Empresa		R1204	4	8
AD316	Comun. Humana y Motivación		AD311	4	8
AD320	Admón de la Mercadotecnia		AD220	4	8
AD321	Conducta del Consumidor		AD220	4	8
AD322	Administración de Ventas		AD220	4	8
AD324	Administración de la Publicidad		AD220	4	8
AD325	Admón y Estrategia de Producto		AD220	4	8
AD326	Mercadotecnia Internacional		AD320	4	8
AD340	Análisis del Sist. Financ. Mexicano		AD240	4	8
AD342	Mercados de Dinero y Capital		AD241	4	8
AD344	Admón de la Inversión en la Empresa		AD241	4	8
AD345	Admón de Crédito y Cobranzas		AD240	4	8
AD347	Admón de Instituciones Financieras		AD241, AD340	4	8
AD350	Administración de Costos		CN203	4	8
AD420	Sem. de la Toma de Decisiones en Mercado				
	tecnia		AD320	4	8
AD440	Sem. sobre Toma Decisiones Financieras		AD344	4	8
AD490	Administración Superior		AD204, 220, 241, 260	4	8

SIGLA	MATERIAS DE AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
AN104	Hist.de la Teo. Etnol. I (Los precursores)		4	8
*AN124	Práctica de Campo I			24
AN201	Ecología Humana I		4	8
AN202	Sociología y Antrop. Social en México		4	8
AN203	Hist.de la Teo.Etnol. II(Los evolucion.)	AN104	4	8
AN207	Hist.de la Teo. Etnol.III (los profes.)	AN203	4	8
AN250	Sociedad Campesina: Teoría		4	8
AN301	Etnohistoria I		4	8
AN302	Etnohistoria II		4	8
AN303	Etnohistoria III		4	8
AN305	Hist.de la Teo.Etnol.IV (La Ant.Social)		4	8
AN306	Hist.de la Teo. Etnol.V (El evolucion.Multil)		4	8
AN309	Etnología Moderna de México		4	8
AN330	Etnología Antigua de México		4	8
AN355	Sociedad Campesina: Problemas Teóricos		4	8
AN358	Teoría del Desarrollo		4	8
AN368	Antecedentes de la Revolución Industrial		4	8
AN369	La Revolución Industrial en Inglaterra		4	8
AN370	Estudio Comparativo de Industrialización		4	8
AN386	Experiencias de Planif. en el mundo contemp.		4	8
AN387	Técs. y Métodos de Planificación		4	8
AN401	Sociedad Campesina: En México		4	8
AN408	Hist.de la Teo. Etnol. VI (Los contemp.)		4	8
AU190	Dibujo Natural I		4	8
AU191	Dibujo Natural II	AU190	4	8
S0102	Sociedad y Economía I		4	8
S0105	Ciencia Política	S0192	4	8
S0107	Taller de Investigación I		4	8
S0108	Taller de Investigación II	S0107	4	8
*S0109	Prácticas de Campo I			16
*S0111	Dos semanas Prácticas de Campo			8
*S0112	Tres semanas Prácticas de Campo			12
S0192	Teoría Política		4	8
S0204	Metodología de las Ciencias Sociales	S0101	4	8
S0209	Administración Pública I		4	8
S0212	Admón Pública en México I	DE314	4	8
S0216	Taller de Investigación III	S0108	4	8
S0223	Estratificación y clases sociales		4	8
S0226	Sociología Rural I	S0221	4	8
S0229	Sociología de la Educación I	S0221	4	8
S0231	Política Mundial		4	8
S0232	Sociología Política I	S0221	4	8
S0234	Sociología Urbana I	S0221	4	8
S0236	Sociología Industrial y de la Empresa	S0101	4	8
S0239	Partidos Políticos y Grupos de Presión		4	8
S0240	Burocracia		4	8
S0256	Grupo Internacional de Presión		4	8
S0257	Orden Mundial		4	8
S0289	Muestreo	MA133	4	8
S0310	Administración Pública II	S0209	4	8
S0313	Admón Pública en México II	S0212	4	8
S0319	Análisis de Datos y Análisis Multilineal	MA134	4	8
S0320	Demografía	MA134	4	8

SIGLA	MATERIAS DE AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
S0342	Estructuras de Poder		4	8
S0343	Organismos Internacionales		4	8
S0350	Sociología Rural II	S0226	4	8
S0352	Sociología Política II	S0232	4	8
S0353	Sociología de la Educación II	S0229	4	8
S0355	Sociología Urbana II	S0234	4	8
S0365	Comercio Internacional	S0212	4	8
S0366	Reforma Administrativa	S0102	4	8
S0367	Finanzas Públicas	MA134	4	8
S0368	Análisis de Sistemas I	MA306	4	8
S0371	Organización y Métodos	S0368	4	8
S0376	Análisis de Sistemas II		4	8
S0378	Sociedad y Economía II		4	8
S0381	Admón Pública Comparada	S0310	4	8
S0387	El sistema educativo nacional		4	8
S0388	Teorías Educativas Contemporáneas	S0105	4	8
S0390	Teoría Política del Conflicto		4	8
S0391	Sistemas Administrativos	S0310	4	8
S0392	Admón de Recursos Humanos	S0310	4	8
S0393	Admón de Recursos Materiales		4	8
S0396	Política y Planeación Administrativa		4	8
CN203	Contabilidad Básica	CN101	4	8
CN403	Seminario de Problemas Fiscales		4	8
DE107	Teoría Política	DE107 ó S0192	4	8
DE212	Derecho Constitucional II		4	8
DE196	Introducción al Derecho	DE196	4	8
DE219	Derecho Mercantil		4	8
DE221	Derecho Internacional	DE212	4	8
DE314	Derecho Administrativo I	DE196	4	8
DE325	Derecho Fiscal		4	8
DE492	Derecho Bancario		8	8
DI101	Geometría Descriptiva I	DI101	8	8
DI102	Geometría Descriptiva II		2	4
DI110	Ergonomía I	DI110	2	4
DI111	Ergonomía II		4	8
DI120	Metodología de Diseño		6	12
DI130	Diseño I	DI130	6	12
DI131	Diseño Gráfico II	DI130	6	12
DI132	Diseño Industrial II		4	4
DI156	Tipografía I	DI132	6	12
DI232	Diseño Industrial III	DI131	6	12
DI241	Diseño Gráfico III	DI156	4	4
DI257	Tipografía II		4	8
FL105	Introducción a la Filosofía		2	4
FL109	Historia de la Idea del Hombre		4	8
FL202	Lógica Clásica		4	8
FL203	Fenomenología del Arte		4	8
FL204	Historia del Pensamiento en México	FL202	4	8
FL207	Lógica Matemática		4	8
FL313	Ética		4	8
FL317	Filosofía de la Ciencia		4	8
FL318	Filosofía de las Ciencias del Hombre		2	4
FL321	Filosofía de la Educación		2	4
FL324	Axiología			

SIGLA	MATERIAS DE AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
FL326	Psicología Filosófica		4	8
FL327	Filosofía Política		2	4
FL328	De los Presocráticos a Platón		4	8
FL329	Aristóteles y la Escuela Peripatética	FL328	4	8
FL330	Helenismo y Patrística	FL329	4	8
FL331	Filosofía Medieval	FL330	4	8
FL332	Del Renacimiento a la Ilustración		4	8
FL333	Kant y el Idealismo Alemán	FL332	4	8
FL334	Filosofía del Siglo XIX	FL333	4	8
FL335	Filosofía del Siglo XX	FL334	4	8
FL336	Lógica Material	FL202	4	8
FL337	Filosofía del Derecho		4	8
FL339	Filosofía de la Religión		4	8
FL341	Filosofía del Trabajo		4	8
FL373	Problemas Axiológicos de la C. y Técnica		4	8
FL445	Seminario de Filosofía Política	FL327	2	4
FL446	Seminario de Filosofía Marxista	FL335	2	4
FL452	Neorrealismo Inglés		4	8
FL453	Filosofía Analítica		4	8
FL454	Historia de la Lógica		4	8
FL455	Estructuralismo		4	8
FL456	El Pensamiento de Marechal		4	8
FL457	El Pensamiento de B. Lonergan		4	8
FL458	Existencialismo Francés		4	8
FL459	Existencialismo Alemán		4	8
FL460	Arte y Poesía		4	8
FL461	La Estética de Maritain		4	8
FL462	Creación Artística		4	8
FL463	Ontología de la Belleza		4	8
FL464	Historia de la Estética Clásica		4	8
FL465	Hist. de la Estética Moderna y Contemp.		4	8
FL466	Ateísmo		4	8
FL467	Problemas Eticos Contemporáneos		4	8
FL468	Etica Kantiana y Etica Tomista		4	8
FL469	Hist. de la Filosofía de la Ciencia		4	8
FL470	Analogía		4	8
FL471	Husserl y la Fenomenología		4	8
FL472	Persona Humana		4	8
FL476	Temas Selectos de Etica		2	4
FL477	Fenomenología y Ontología de la Muerte		2	4
IM277	Investigación de Operaciones (6)	MA133 ó MA233	4	8
LT102	Hist. de la Cultura en España y América I		4	8
LT103	Hist. de la Cultura en España y América II		4	8
LT106	Sociol. de las Corrientes Literarias I		4	8
LT107	Sociol. de las Corrientes Literarias II		4	8
LT108	Iniciación a las Invest. Literarias I		4	8
LT109	Iniciación a las Invest. Literarias II		4	8
LT125	La realidad sociocultura en México I		2	4
LT126	La realidad sociocultura en Méx. II		2	4
LT214	Literatura de los Siglos de Oro II		2	4
LT217	Literatura Iberoamericana I		4	8
LT218	Teoría Literaria I		2	4
LT219	Teoría Literaria II		2	4
LT220	Literatura Medieval I		2	4

SIGLA	MATERIAS DE AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
LT221	Literatura Medieval		2	4
LT222	Literatura de los Siglos de Oro I		2	4
LT228	Literatura Iberoamericana II		4	8
LT229	Literatura Mexicana I		2	4
LT230	Literatura Mexicana II		2	4
LT231	Literatura Española Moderna y Contemp. I		2	4
LT232	Literatura Española Moderna y Contemp. II		2	4
LT241	Seminario de Literatura Mexicana I		2	4
LT242	Seminario de Literatura Mexicana II		2	4
LT243	Seminario de Literatura Iberoamericana I		2	4
LT244	Seminario de Literatura Iberoamericana II		2	4
LT247	Literatura Comparada I		2	4
LT248	Literatura Comparada II		2	4
LT249	Literatura y Sociedad I		2	4
LT250	Literatura y Sociedad II		2	4
LT255	Sem. de Literatura Española Contemp. I		2	4
LT256	Sem. de Literatura Española Cont. II		2	4
PS201	Bases Biológicas de la Conducta I		4	8
PS203	Psicología General I		4	8
PS204	Psicología General II		4	8
PS210	Corrientes Contemporáneas en Psicología		4	8
PS216	Teorías de la Personalidad		4	8
PS217	Psicología evolutiva I		4	8
PS218	Psicología Evolutiva II	PS217	4	8
PS219	Psicopatología		4	8
PS225	Análisis Experimental de la Conducta I		2	4
PS227	Manejo de Grupos I		4	8
PS228	Manejo de Grupos II	PS227	4	8
PS229	Métodos Estad. aplicados a la Psic.	MA133	4	8
PS230	Diseños Experimentales en Psicología	PS228	4	8
PS248	Técnicas de Investigación Social		4	8
PS249	Técnicas de Cambio Social		4	8
PS340	Diseño y Realización de Proy. de Inv.		12	24
RI204	Admón de Recursos Humanos		4	8
RI308	Seguridad Social		4	8
MA101	Matemáticas I		4	8
MA102	Matemáticas II	MA101	4	8
MA211	Álgebra Superior I		4	8
MA221	Cálculo I		4	8
MA222	Cálculo II	MA221	4	8
MA233	Probabilidad y Estadística I	MA102	4	8
MA234	Probabilidad y Estadística II	MA233	4	8
MA306	Matemáticas Aplic. a la Admón Pública		4	8
MA345	Computadoras y Programación	MA134	4	8
EC201	Microeconomía I	EC101, MA101	4	8
EC202	Macroeconomía I	EC101, MA101	4	8
EC203	Teoría Monetaria I	EC201, EC202	4	8
EC204	Finanzas Públicas I	EC203	4	8
EC205	Comercio Internacional I	EC201, EC202	4	8
EC206	Teoría del Desarrollo	EC201, EC202 ó EC213, 214	4	8
EC207	Probs. Socioeconómicos de México I	EC201, EC202 ó EC213, 214	4	8
EC209	Hist. del Pensamiento Económico	EC301, EC304	4	8
EC210	Hist. de los Acontecimientos Económicos		4	8

SIGLA	MATERIAS DE AREA MENOR COMPLEMENTANTE	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
EC211	Teoría de los Sistemas Econ. Comparados	EC201, 202 ó 213, 214	4	8
EC212	Teoría Económica del Socialismo	EC301, 304	4	8
EC213	Economía I	EC101	4	8
EC214	Economía II	EC213	4	8
EC215	Política Económica I	EC201, 202 ó 213, 214	4	8
EC216	Economía de la Empresa	EC201, 202	4	8
EC217	Economía del Trabajo	EC201, 202	4	8
EC229	Hist. de las Doctrinas Económicas	EC101	4	8
EC301	Microeconomía II	EC201	4	8
EC304	Macroeconomía II	EC202, MA222	4	8
TOTAL DE CREDITOS			MIN.	48

* Las horas de trabajo que representen estas prácticas de campo, dependerá del tipo de investigación que se esté haciendo en cada una de ellas.

NOTA: Para formar los subsistemas será necesaria la asesoría del Depto. correspondiente.

SIGLA	MATERIAS DEL AREA DE INTEGRACION	PRE-REQUISITOS	HORAS SEM.	CREDITOS
AN280	Pensamiento Antropológico (precursores)		4	8
AN271	Pensamiento Antropológico (los profesionales)		4	8
AN272	Cultura y Personalidad		4	8
AN273	Sociedad Urbana		4	8
AN274	Culturas Antiguas de México		4	8
AN276	Sociedades Rurales		4	8
AN277	Antropología Social de México		4	8
AN278	Indigenismo		4	8
AN281	Industria y Sociedad		4	8
AN275	Lengua y Cultura		4	8
AN393	Culturas Andinas		4	8
AN394	Antropología Social		4	8
AR131	El teatro y sus valores		4	8
AR132	La educación por la Música I		2	4
AR137	Introducción al Arte en México		2	4
AR146	Pintura I		4	4
AR148	Escultura I		4	4
AR152	Exploraciones Artísticas		4	4
AR153	Experiencias de Luz y Color		4	4
AR234	Apreciación del Cine		4	8
AR235	Arte en su concepto social		4	8
AR236	Conceptos Fundamentales de la Teoría del Arte		4	8
AR254	El hombre y el Arte		2	4
AR255	Arte y Arqueología Paleocristiana		2	4
AU150	Introducción al Urbanismo		4	8
AU151	El Habitat humano		4	8
AU152	Medio Ambiente y Hombre		2	4
CM195	Comunicación Colectiva y Subdesarrollo		4	8
CM196	La Comunicación en la infancia y en la vida adulta		4	8
CM198	El periódico como medio y obstáculo para comprender la realidad		2	4

CR301	Hombre y Mundo Actual	4	8
CR302	Valores Humanos y Libertad Personal	4	8
CR303	Justicia Social, exigencia del Tercer Mundo	4	8
CR304	La Universidad, su historia y Función actual	4	8
CR305	Valores Sexuales y la libertad personal	4	8
DE401	Derecho y Mundo Actual	4	8
DE402	Derecho Fundamental del Hombre	2	4
DH301	Integración Personal	4	8
DH302	Relación hombre-mujer	4	8
DI300	Uso humano de objetos industriales	4	8
EC219	Fundamentos de Economía	4	8
EC220	Historia Económica General	4	8
FL288	Humanismo Político	2	4
FL289	El hombre y la cultura	2	4
FL290	El cuerpo y la vida como problema humano	2	4
FL291	Educación e Integración Humana	2	4
FL292	Reflexión Filosófica de la Ciencia y la Técnica	2	4
FL293	La estructura del Conocimiento	4	8
FL294	Visión Filosófica del hombre	4	8
FL295	El hombre social	4	8
FL296	El Mundo del Hombre	4	8
FL297	Estética de la Literatura	4	8
FL298	Visión Filosófica de la Historia	2	4
FL299	Educación proceso concientizador	4	8
FL300	Fe y Ciencia	2	4
FS281	La ciencia, el hombre y la sociedad	4	8
HI291	La realidad mexicana contemporánea y sus antecedentes históricos (1811-1911)	4	8
HI292	Realidad Latinoamericana Contemporánea	4	8
HI293	La Historia del capital Norteamericano	4	8
IC291	Recursos y Necesidades de México	4	8
IC292	El hombre ante el futuro de la tecnología	2	4
IQ176	La formación del espíritu científico	2	4
IQ181	Mejoramiento del ambiente	4	8
LT375	Poesía y su contexto social	2	4
LT376	Análisis Literario	4	8
LT377	La Literatura y el Contexto Social	4	8
LT378	Taller Literario	2	4
LT379	La Ciencia Moderna del Lenguaje	4	8
MA390	Filosofía de la Matemática	2	4
MA392	Historia de las Matemáticas	4	8
PS238	Psicología de la adaptación personal del mundo de hoy	4	8
PS280	Grupo de Sensibilización y comunicación	2	4
PS281	Desarrollo Individual y teorías de la personalidad	4	8
PS310	Desarrollo individual y relaciones interpersonales	2	4
S0193	Realidades sociales de México	4	8
S0194	Comunicación Colectiva y Subdesarrollo	4	8
TOTAL			<u>40</u>

MINIMO

NOTA: Para poder cursar cualquiera de las materias del Area de Integración, es requisito haber acreditado 110 créditos mínimo.

SERVICIO SOCIAL

24

OPCION TERMINAL: Tesis, Reporte de Prácticas de Campo y Reporte de Servicio Social

16