

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
C. E. C. C.

CCC
AI
0304

JUSTIFICACION Y ELEMENTOS QUE OTORGA EL C.E.C.C. PARA SER MIEMBRO DEL CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION (CONEICC).

HISTORICAMENTE LA EDUCACION HA JUGADO UN PAPEL IMPORTANTE EN LAS ASPIRACIONES, EN LAS LUCHAS Y PROYECTOS PARA FORTALECER A NUESTRO PAIS, MEXICO, COMO UNA NACION SOBERANA E INDEPENDIENTE.

ES POR ELLO QUE EL GOBIERNO, DENTRO DEL CONTEXTO EDUCATIVO, TIENE COMO METAS PRIORITARIAS FORTALECER DICHO SECTOR, DONDE LA EDUCACION Y CAPACITACION SON FACTORES DE GRAN TRASCENDENCIA EN LA ECONOMIA NACIONAL.

PRECISAMENTE Y CON BASE EN LO ANTERIOR, EL CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION FUE CREADO E IMPULSADO POR UN GRUPO DE INVERSIONISTAS MEXICANOS RELACIONADOS CON EL AMBIENTE PUBLICITARIO, ASOCIANDOSE PARA FUNDAR UNA INSTITUCION DEDICADA A LA ENSEÑANZA DE LA CARRERA DE LICENCIATURA EN PUBLICIDAD DENTRO DE LA AMPLIA GAMA DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

EL ORIGEN QUE DIO LUGAR A LA CREACION DE LA PROFESION DE LICENCIATURA EN PUBLICIDAD RADICA PRINCIPALMENTE EN FORMAR PROFESIONISTAS CREATIVOS Y -- CAPACES DE AYUDAR A RESOLVER LAS NECESIDADES DE COMUNICACION PUBLICITARIA, -- LO QUE REDUNDARA EN PROPICIAR EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO, ASIMISMO COADYU- VAR AL CUMPLIMIENTO DE OTRO DE LOS GRANDES PROPOSITOS NACIONALES, QUE SE -- REFIERE AL FOMENTO EN LA PRODUCCION Y EXPORTACION DE PRODUCTOS NACIONALES - DIVERSIFICADOS.

POR OTRO LADO Y EN RELACION A LAS ACTIVIDADES ESPECIFICAS DEL CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION, ESTAS SE HAN VENIDO DESARROLLANDO EN FUNCION DE QUE LA COMUNICACION, ES EL INSTRUMENTO PARA LA COMPRESION ENTRE LOS INDIVIDUOS Y LOS PUEBLOS.

ACORDE CON ESTE PRINCIPIO Y CON UNA AUTENTICA DEONTOLOGIA EDUCACIONAL ESTA INSTITUCION HA REESTRUCTURADO Y DESARROLLA LOS PROGRAMAS DEL PLAN DE - ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN PUBLICIDAD CON LA TELEOLOGIA DE FORMAR VERDADEROS PROFESIONISTAS DE LA COMUNICACION PUBLICITARIA, QUE HAGAN DE LA PUBLICIDAD UN VEHICULO DE COMUNICACION SOCIAL.

QUE SE INFORME ETICAMENTE AL CONSUMIDOR DE LAS VENTAJAS Y BENEFICIOS DE LOS BIENES Y SERVICIOS PARA QUE CON BASE EN ESA INFORMACION VERAZ Y --- CORRECTA, SEA EL PUBLICO Y PRECISAMENTE EL, QUIEN DECIDA COMPRAR Y POR --- TANTO EJERZA SU DERECHO, SATISFACIENDO ASI SUS NECESIDADES.

EN SINTESIS EL CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION,PRE--TENDE CANALIZAR SUS RECURSOS HUMANOS, Y MATERIALES EN LA FORMACION DE AUTEN--TICOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACION PUBLICITARIA, QUE CUMPLAN SU FUNCION SOCIAL DE COMUNICAR ETICA, ESTETICA Y HONESTAMENTE AL PUBLICO PARA COADYU--VAR A LA SATISFACCION DE SUS NECESIDADES ELIGIENDO ASI LOS CONSUMIDORES LOS SATISFACTORES MAS IDEONOS CON BASE EN LA INFORMACION RECIBIDA, ES DECIR CON--TINUAR DESARROLLANDO PROFESIONISTAS QUE INFORMEN PARA SERVIR Y QUE SIRVAN -- PARA INFORMAR PROFESIONALMENTE.

ACORDE A LA EVOLUCION SUSTANTIVA DE LA MODERNIZACION DEL SECTOR EDU--CATIVO, EL C. E. C. C. INSTITUCION DE ESTUDIOS SUPERIORES, OBSERVA DENTRO -- DE SUS PRINCIPALES OBJETIVOS EL FORTALECIMIENTO DE SU ACTIVIDAD SUSTANTIVA (TECNICO - PEDAGOGICA), LO QUE REDUNDA EN LA FORMACION DE PROFESIONISTAS -- CREATIVOS Y CAPACES DE APORTAR LAS ALTERNATIVAS DE SOLUCION A LAS NECESIDA--DES DE COMUNICACION PUBLICITARIA QUE PRESENTAN LAS DIVERSAS ORGANIZACIONES.

ASIMISMO EL C. E. C. C. TIENE COMO POLITICA EDUCATIVA:

- A) MODERNIZAR CONTINUAMENTE SU SISTEMA EDUCATIVO Y DE CAPACITACION EN --CCORDINACION Y COOPERACION CON LA COMUNIDAD ESCOLAR.
- B) FOMENTAR LAS ACTIVIDADES ARTISTICAS DENTRO DE LAS ALTERNATIVAS DE --LA COMUNICACION.

EN EL MISMO SENTIDO, EL LICENCIADO EN PUBLICIDAD SE ESPECIALIZA EN EL USO Y EMPLEO DE LOS ELEMENTOS GRAFICOS CONJUGANDO LO ESTETICO CON LO PRAC--TICO, EN LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACION, CON EL PROPOSITO DE ESTABLE--CER UN ENLACE ENTRE LOS QUE TIENEN UN MENSAJE QUE DAR Y LAS PERSONAS O GRU--POS SOCIALES A QUIENES VA DIRIGIDO.

ASIMISMO SE HA CONTEMPLADO QUE EL EGRESADO DE ESTA LICENCIATURA CON LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS POSEA UNA VISION AMPLIA DEL PAPEL QUE JUEGA LA PUBLICIDAD COMO ACTIVIDAD PROFESIONAL EN EL DESARROLLO SOCIO-ECONOMICO DEL PAIS.

EL PERFIL DEL LICENCIADO EN PUBLICIDAD, SE DA COMO RESPUESTA A LAS NECESIDADES, REQUERIMIENTOS Y ESPECTATIVAS DEL MERCADO DE TRABAJO.

PLAN DE ESTUDIOS

CON EL OBJETO DE LOGRAR LOS PERFILES Y CARACTERISTICAS ANTERIORMENTE MENCIONADOS SE HA DISEÑADO Y PROGRAMADO UN PLAN DE ESTUDIOS. EL CUAL ESTA CONFORMADO EN 9 SEMESTRES CON 70 ASIGNATURAS QUE INTEGRAN 5 AREAS DE CONOCIMIENTO.

A R E A S	P O N D E R A C I O N .
1- CONOCIMIENTO DE PUBLICIDAD, COMUNICACION Y DISEÑO.	47%
2.- CONOCIMIENTOS ECONOMICOS ADMINISTRATIVOS.	17%
3.- CONOCIMIENTOS SOCIALES	17%
4.- CONOCIMIENTOS MATEMATICOS	15%
5.- CONOCIMIENTOS HUMANISTICOS	4%
TOTAL	100%

DE ESTA FORMA, LA PROGRAMACION POR ASIGNATURA HA SIDO INTEGRADA --- TOMANDO COMO BASE LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR LA DIRECCION GENERAL DE EDUCACION PUBLICA, A TRAVES DE SU "MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA OTORGAR Y MANTENER EL RECONOCIMIENTO DE VALIDEZ OFICIAL DE ESTUDIOS DE TIPO SUPERIOR".

- SERIACION CON BASE A LAS ASIGNATURAS QUE TIENEN SECUENCIA.
- ESTABLECIMIENTO DEL TOTAL DE HORAS- CLASE POR CURSO EN RELACION A LA --- PONDERACION DE LA ASIGNATURA.
- OBJETIVOS GENERALES POR ASIGNATURA.

- PROYECCION DE LOS OBJETIVOS HACIA EL CAMPO PROFESIONAL.
- ESTRUCTURA DE LAS UNIDADES CON TEMAS Y SUBTEMAS ASI COMO OBJETIVOS ESPECIFICOS QUE SE ALCANZARAN AL TERMINO DEL PROCESO ENSEÑANZA- APRENDIZAJE DE DICHAS UNIDADES.
- METODOLOGIA Y TECNICAS PARA LA IMPARTICION DE LA LABOR DOCENTE.
- BIBLIOGRAFIA BASICA Y RECURSOS DIDACTICOS QUE SE UTILIZAN EN LA IMPARTICION DE LA LABOR DOCENTE.
- ESQUEMA DEL PROCEDIMIENTO DE LA EVALUACION DE LOS CURSOS.
- EL PLAN DE ESTUDIOS CONTEMPLA LOS SIGUIENTES SEMESTRES Y ASIGNATURAS:

SEMESTRE	HORAS SEMANALES			
	TEORIA	PRACTICA	TOTAL	CREDITOS
PRIMERO				
MATEMATICAS	3	-	3	6
TEORIA DE LA COMUNICACION	3	-	3	6
TECNICAS DE INVESTIGACION EN CIENCIAS SOCIALES.	2	1	3	5
TEORIA DE LA PUBLICIDAD	4	-	4	8
DIBUJO PUBLICITARIO	1	2	3	4
ANTROPOLOGIA CULTURAL I	3	-	3	6
INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION I	2	-	2	4
SEGUNDO				
PROBABILIDAD Y ESTADISTICA	3	-	3	6
ANTROPOLOGIA CULTURAL II	3	-	3	6
TEORIA DE LA COMUNICACION	2	-	2	4
MEDIOS DE DIFUSION PUBLICITARIA I	3	-	3	6

	TEORIA	PRACTICA	TOTAL	CREDITOS
INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION II	2	-	2	4
DIBUJO PUBLICITARIO II	1	2	3	4
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION EN COMUNICACION.	2	-	2	4
TERCER				
TEORIA DE LA COMUNICACION III	3	-	3	6
DISEÑO GRAFICO I	1	2	3	4
TALLER DE FOTOGRAFIA	1	2	3	4
REDACCION PUBLICITARIA I	2	1	3	5
MEDIOS DE DIFUSION PUBLICITARIA II	3	-	3	6
CONTABILIDAD ESPECIALIZADA	2	-	2	4
MERCADOTECNIA I	3	-	3	6
TALLER CREATIVO I	2	2	4	6
CUARTO				
SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION	3	-	3	6
TALLER DE GUION PARA RADIO, T.V. Y CINE	1	2	3	4
DISEÑO GRAFICO II	1	2	3	4
REDACCION PUBLICITARIA	2	1	3	5
MERCADOTECNIA II	3	-	3	6
COMUNICACION AUDIOVISUAL I	2	-	3	5
PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS	2	-	2	4
TALLER CREATIVO II	2	2	4	6

TEORIA PRACTICA TOTAL CREDITOS

QUINTO

SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION II	3	-	3	6
EL ESTADO Y LA PUBLICIDAD	3	-	3	6
TALLER DE PRODUCCION EN RADIO	2	2	4	6
MERCADOTECNIA III	3	-	3	6
PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION I	2	-	2	4
PUBLICIDAD DIRECTA.	2	-	2	4
COMUNICACION AUDIOVISUAL I	2	1	3	5
TALLER CREATIVO III	2	2	4	6

SEXTO

TALLER DE PRODUCCION EN CINE	2	2	4	6
MERCADOTECNIA IV	3	-	3	6
RELACIONES PUBLICAS	3	-	3	6
PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION II	2	-	2	4
TEORIA ECONOMICA	2	-	2	4
SEMINARIO DE PERIODISMO	3	-	3	6
REGIMEN LEGAL DE LA PUBLICIDAD	3	-	3	6
TALLER CREATIVO IV	2	2	4	6

SEPTIMO

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	2	1	3	5
PROPAGANDA POLITICA	3	-	3	6
MERCADOTECNIA V	3	-	3	6
DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS	2	-	2	4
SEMIOTICA I	3	-	3	6
CORRECCION DE ESTILO	1	1	2	3
TALLER DE PRODUCCION DE T.V.	2	2	4	6
TALLER CREATIVO V	2	2	4	6

TEORIA PRACTICA TOTAL CREDITOS

OCTAVO

SEMIOTICA II	3	-	3	6
OPINION PUBLICA	3	-	3	6
PUBLICIDAD ESPECIALIZADA	2	1	3	5
ORGANIZACION DE DEPARTAMENTOS Y AGENCIAS DE PUBLICIDAD	2	1	3	5
MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION E IDEOLOGIA.	3	-	3	6
PUBLICIDAD EXTERIOR	2	-	2	4
SEMINARIO DE CINE	2	1	3	5
TALLER CREATIVO VI	2	2	4	6

NOVENO

LA INDUSTRIA CULTURAL EN MEXICO	3	-	3	6
PUBLICIDAD ESPECIALIZADA II	2	1	3	5
PUBLICIDAD INTERNACIONAL	2	-	2	4
PANORAMA DE LA ECONOMIA MEXICANA.	3	-	3	6
SEMINARIO CREATIVO	3	3	6	9
SEMINARIO DE TESIS	2	1	3	5

INSTALACIONES

EL PLANTEL CUENTA CON SALONES APROPIADOS PARA LA IMPARTICION DE CLASES, ASI COMO AULAS PARA TALLERES EN COMPLEMENTO A LAS ASIGNATURAS TECNICAS.

ADEMAS CUENTA CON EQUIPO PARA AUDIO Y VIDEO INSTALADOS EN LA CABINA DE T.V. RADIO Y CINEMATOGRAFIA.

EQUIPO DE VIDEO

2 CAMARAS SEMIPROFESIONALES DE COLOR

2 CEREBROS COLOR T.V. CAMARA CONTROL UNIT IKEGAMI TIC- 230.

5 MONITORES (TELEVISORES)

2 VIDEO CASETERAS BETA.

4 VIDEO CASETERA VHS.

1 VIDEO CASETERA 3/4.

2 UNIDADES DE CONTROL AMPLIFICACION DE CAMARA.

1 PROCESADOR DE EFECTOS DE AUDIO Y VIDEO.

1 TITULADORA.

1 ANTENA PARABOLICA CON DODIFICADOR Y PROGRAMADOR.

1 CAMARA BETAMOVIE.

1 AUDIO PROCESADOR AV99 SANSUL

1 REGRESADOR VHS.

1 REGRESADORA BETA

1 EDITORA V.H.S.

1 SATELITE REGEIVER ECHOSTAR SRD-400

1 PLATO CON ROTOR AUTOMATICO.

1 ANTENA POSITIONER ECHO STARD SRD-400 PONER SUPPLY.

1 CAÑON DE LUZ BLANCA SLP-1000 STUDIO CUATIZ OSBAM

5 CAMPANAS HECHIZADAS PARA ILUMINACION 500 WATTS CON TRIPLES.

EQUIPO DE RADIO

CABINA DE AUDIO.

- 1 CONSOLA O MASTER
- 2 DECK DE CASSETT CERRADOS
- 2 GRABADORAS DE CARRETE ABIERTO.
- 2 TORNAMESAS.
- 1 BORRADORA HECHIZA (TOROIDE).
- 2 AMPLIFICADORES ESTEREO
- 1 REVERBERADOR
- 4 ALTAS VOCES (BOCINAS) 2, 80 WATTS Y 2.25 WATTS.
- 3 MICROFONOS.
- ACCESORIOS, CINTAS DE CARRETE ABIERTO, DISCOS VARIOS, CASSETTS.

EQUIPO AUDIOVISUAL.

- 3 PROYECTORES PARA TRANSPARENCIAS CON CARRUSEL.
- 1 CONTROL DE DISOLVENCIAS PARA TRANSPARENCIAS.
- 1 RETROPROYECTOR ACETATOS.
- 1 PIZARRON DE ROTAFOLIO.
- 2 LAMPARAS.
- 1 PROYECTOR 16m. PARA PELICULA
- 1 PANTALLA DE TRANSPARENCIAS.
- 1 LAMPARA DE TRANSPARENCIAS.

BIBLIOTECA

EL ACERVO CULTURAL ESTA INTEGRADO POR 845 TITULOS DISTRIBUIDOS DE LA SIGUIENTE FORMA POR AREA DE CONOCIMIENTO:

A R E A	No. DE TITULOS
COMUNICACION Y PUBLICIDAD	220
CIENCIAS SOCIALES	170
ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y VENTAS.	150
DISEÑO	85
OBRAS DE CONSULTA	220
TOTAL	845

CUERPO DOCENTE

LA DINAMICA ESTABLECIDA PARA LLEVAR A CABO LA LABOR DOCENTE CONJUGA PROFESIONISTAS Y PROFESIONALES DEL MEDIO PUBLICITARIO Y DE LA COMUNICACION CON CURSOS DE FORMACION DOCENTE, LO QUE REPERCUTE EN EL MANTENIMIENTO DE LA EXCELENCIA ACADEMICA.

LA CLASIFICACION DE HORAS IMPARTIDAS POR PROFESORES SE DA COMO SIGUE.

HORAS - CLASES IMPARTIDAS

No. DE PROFESORES

A LA SEMANA.

1-5	9
6-10	19
11-15	13
16-20	5
21-25	3
26-30	0
31-35	3
36-40	1
TOTAL	53 PROFESORES

ASIMISMO LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y TECNICA ESTA CONFORMADA DE LA SIGUIENTE MANERA:

LIC. RAYMUNDO AMPUDIA MALACARA
DIRECTOR GENERAL.
LIC. MANUEL ORTIZ NUÑEZ
DIRECTOR ACADEMICO.
LIC. EDUARDO CAMACHO JIMENEZ
COORDINADOR ACADEMICO.
LIC. PATRICIA GILES ALCANTAR
SUBDIRECTORA TURNO MATUTINO
LIC. SERGIO IBARRA RODRIGUEZ
SUBDIRECTOR TURNO VESPERTINO.
LIC. CARLOS ESLAVA PEREZ
JEFE DE SERVICIOS ESCOLARES.

SE ANEXA ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA INSTITUCION.

C. E. C. C.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

DIRECTOR GENERAL
LIC. RAYMUNDO AMPUDIAM.

DIRECTOR ACADEMICO
LIC. MANUEL ORTIZ NUÑEZ

COORDINADOR ACADEMICO
LIC. EDUARDO CAMACHO J.

SUBDIRECTOR T. MAT.
LIC. PATRICIA GILES A.

SUBDIRECTOR T. VESP.
LIC. SERGIO IBARRA R.

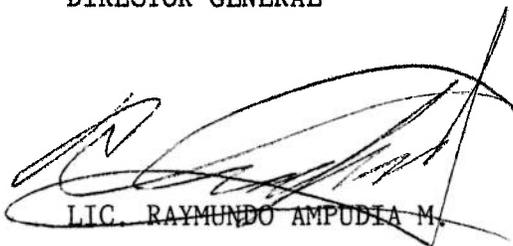
JEFE DE SERVICIOS ESC.
LIC. CARLOS ESLAVA P.

CABINA RADIO Y T.V.

BIBLIOTECA

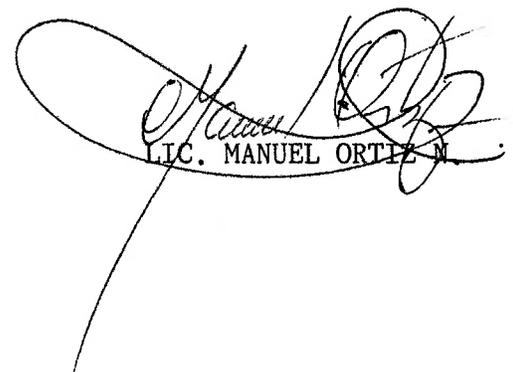
PERSONAL DOCENTE

DIRECTOR GENERAL



LIC. RAYMUNDO AMPUDIA M.

DIRECTOR ACADEMICO



LIC. MANUEL ORTIZ N.



POBLACION ESCOLAR DEL CECC DEL AREA DE PUBLICIDAD

<u>SEMESTRE</u>	GRUPOS	<u>No. ALUMNOS</u>
1°	3	100
2°	2	80
3°	3	58
4°	2	41
5°	2	40
6°	2	33
7°	2	39
8°	1	36
9°	1	33

TOTAL.- 460 ALUMNOS



SECRETARIA
DE
EDUCACION PUBLICA

DIRECCION GENERAL DE INCORPORACION
Y REVALIDACION
DIRECCION DE INCORPORACION Y REVA-
LIDACION
DEPARTAMENTO DE INCORPORACION
EXPEDIENTE: 205-7/211/2323
NUMERO DE OFICIO:

4337

ASUNTO: Se hace de su conocimiento el acuerdo a su solicitud.

Ciudad de México a 24 NOV. 1982

"AÑO DEL GENERAL VICENTE GUERRERO"

C. JESUS CUEVAS SANCHEZ
REPRESENTANTE LEGAL DE LA SOCIEDAD CIVIL
"ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION"
PROPIETARIA DEL
"CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION"
XOCHICALCO # 673
COL. NARVARTE
MEXICO, D. F.

Me permito acompañar copia del acuerdo número 821017, de fecha 22 noviembre de 1982, firmado por el C. Subsecretario de Planeación Educativa, mediante el cual se otorga reconocimiento de validez oficial a los estudios de licenciatura en Publicidad - - - - - , que imparta el "CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION" , con alumnado mixto - - - - - y turnos matutino y , en los términos que el mismo establece. vespertino

De conformidad con el acuerdo de referencia, la Dirección General de Educación Superior de esta Secretaría, será la encargada de ejercer la supervisión y vigilancia del plantel, razón por la cual deberá comparecer ante dicha Dependencia, a fin de que ésta le señale las normas y procedimientos a que ha quedado obligado(a).

A T E N T A M E N T E
EL DIRECTOR GENERAL

[Handwritten Signature]
BERGIO DOMINGUEZ VARGAS

RELACION DE TESIS

CCC
AI
0304

AUTOR: JAVIER ZAMORA NAVARRO

TITULO: LOS SISTEMAS MULTI-IMAGEN COMO HERRAMIENTA
DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

AUTOR: ELISA ALEGRIA HUERTA

TITULO: EL ARTE DE PROPAGAR

AUTOR: GABRIELA MONTIEL SOSA

TITULO: ANALISIS DE LA PUBLICIDAD AUTOMOTRIZ EN RADIO

AUTOR: JAVIER RAUL CAMPOS BRAVO.

TITULO: ESTRATEGIAS DE COMUNICACION, RESPECTO AL USO
DEL DIBUJO HUMORISTICO PARA FINES DIDACTICOS
- UNA PERSPECTIVA SEMIOTICA-

AUTOR: CARLOS FRANCISCO CARRION JONGITUD

TITULO: PLANEANDO HACIA EL EXITO.

AUTOR: ARIADNA ELENA GONZALEZ SUAREZ.

TITULO: LA PUBLICIDAD INTERNACIONAL Y LAS COLAS.
- INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD EN LOS VALORES
DE LA JUVENTUD MEXICANA -

AUTOR: LUIS MANUEL HERRERA MORALES.

TITULO: LOS MEDIOS DE COMUNICACION INVADEN EL ESPACIO
HUMANO.
- UNA PERSPECTIVA ANALITICO - VALORATIVA DE
TESTIMONIOS BIBLIOGRAFICOS Y DE VIVENCIAS
SOCIALES -

AUTOR: JOSE JAVIER LOPEZ BARAJAS.

TITULO: DE LA PROPAGANDA A LA PUBLICIDAD.

AUTOR: JAVIER ALFONSO MONDRAGON RAMIREZ.

TITULO: LA HORA NACIONAL & LA HORA DE DORMIR ?

AUTOR: PATRICIA OREA MAGANA.

TITULO: PUBLICIDAD, HERRAMIENTA PARA EL FOMENTO TURISTIVO N.A.L.

AUTOR: SERGIO ROJAS BARBACHANO.

TITULO: ANALISIS DE LAS CAMPAÑAS DE SIDA EN MEXICO.

AUTOR: JOSE BLAS PETIT PINILLO.

TITULO: DISEÑO Y MENSAJE.

- LA PERCEPCION DEL MENSAJE EN EL ANUNCIO
IMPRESO -

AUTOR: ILDEFONSO PORTILLO SERRANO.

TITULO: LA RADIO MEDIO DINAMICO EN LA COMUNICACION
COMERCIAL.

AUTOR: HEIDI DENNISE ARVIDE JIMENEZ.

TITULO: LA IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD EN EL
DESARROLLO TURISTICO DE BAJA CALIFORNIA.

AUTOR: MA. ELENA BITAR ZAID.

TITULO: LA PUBLICIDAD EN EL LANZAMIENTO DE NUEVOS
PRODUCTOS.

AUTOR: MARCELA JIMENEZ DURAN.

TITULO: COMUNICACION Y SEGURIDAD LABORAL.
- ESTUDIO DE UN CASO: PETROLEOS MEXICANOS-

AUTOR: LOZANO CARREÑO FRANCISCO DE JESUS

TITULO: "COMIC TELEVISIVO"
- VIOLENCIA Y CONSUMISMO INFANTIL-

AUTOR: MILO GONZALEZ RAUL IGNACIO

TITULO: IMAGEN CORPORATIVA
- ESTUDIO DEL CASO BANAMEX Y BANCOMER-



RELACION DE PERSONAL DOCENTE.

CICLO ESCOLAR

92-1

NOMBRE PROFESOR	REGISTRO NUMERO	NOMBRE DE LA (S) ASIGNATURAS QUE IMPARTE	NOMBRE DE LA CARRERA	ASESOR (A) SINODAL(S)
ANGUIANO BUSTAMANTE JORGE G.		- MATEMATICAS	LIC. EN PUBLICIDAD.	ING. METALURGICO.
BARRERA GARCIA ANTONIO		- CONTABILIDAD ESPECIALIZADA. - REGIMEN LEGAL DE LA PUBLICIDAD. - OPINION PUBLICA	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN DERECHO ADMINISTRATIVO.
CABRERA JUAREZ MA. DEL ROSARIO.		- PROBABILIDAD Y ESTADISTICA - MERCADOTECNIA I - MERCADOTECNIA II	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN ADMINISTRACION.
CARDENAS RODRIGUEZ LUIS ALEJANDRO.		- TECNICAS DE INVESTIGACION EN CIENCIAS SOCIALES. - RELACIONES PUBLICAS	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN PSICOLOGIA.
CASTILLA GARCIA JUAN HUMBERTO GUILLERMO.		- PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS. - TALLER CREATIVO III - PUBLICIDAD ESPECIALIZADA II	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN PUBLICIDAD.
CASTILLO CANO JOSE LUIS		- TALLER DE GUION PARA RADIO TV Y CINE. - TALLER CREATIVO I - TALLER DE PRODUCCION EN T.V. - TALLER CREATIVO VI	LIC. EN PUBLICIDAD.	TECNICO EN PUBLICIDAD.
CASTRO GARCIA PEDRO		- MEDIOS DE DIFUSION PUBLICITARIA I. - MEDIOS DE DIFUSION PUBLICITARIA II.	LIC. EN PUBLICIDAD.	PUBLICISTA.
CERON VAZQUEZ VICTOR		- TALLER DE PRODUCCION EN CINE. - TALLER CREATIVO V - SEMINARIO DE CINE	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN PSICOLOGIA.
CONTRERAS TELLEZ JOSE		- INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION I - MERCADOTECNIA III	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN RELACIONES COMERCIALES.
CHACON RODRIGUEZ ROSA MA.		- DIBUJO PUBLICITARIO I - DIBUJO PUBLICITARIO II	LIC. EN PUBLICIDAD.	MAESTRA DE PREESCOLAR



CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

RELACION DE PERSONAL DOCENTE.

CICLO ESCOLAR 92-1

NOMBRE PROFESOR	REGISTRO NUMERO	NOMBRE DE LA (S) ASIGNATURAS QUE IMPARTE	NOMBRE DE LA CARRERA	ASESOR (A) SINODAL(S)
DE LA LOZA ORTEGA JOSE RAUL		<ul style="list-style-type: none"> - REDACCION PUBLICITARIA I - REDACCION PUBLICITARIA II - TALLER DE PRODUCCION DE RADIO. - TALLER DE PRODUCCION EN CINE. - ANTROPOLOGIA CULTURAL I - TALLER CREATIVO III - TALLER DE GUION RADIO TELEVISION Y CINE. 	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN PERIODISMO Y COMUNICACION.
DIAZ HERNANDEZ JOSE MANUEL		<ul style="list-style-type: none"> - TALLER CREATIVO IV - REDACCION PUBLICITARIA I 	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN CIENCIAS Y TECNICAS DE LA COMUNICACION.
ESPINOSA VERTTI ADOLFO ARTURO		<ul style="list-style-type: none"> - MEDIOS DE DIFUSION PUBLICITARIA I. - TALLER CREATIVO II - MEDIOS DE DIFUSION PUBLIC. II - PUBLICIDAD DIRECTA - PUBLICIDAD EXTERIOR 	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN PUBLICIDAD.
ESTEVA VENEGAS ABEL		<ul style="list-style-type: none"> - LA INDUSTRIA CULTURAL EN MEXICO. - MERCADOTECNIA IV 	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN MERCADOTECNIA.
FIGUEROA VEGA JOSE JUAN		<ul style="list-style-type: none"> - TEORIA DE LA COMUNICACION II. - SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION I. - SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION II. - PROPAGANDA POLITICA 	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION.
FLORES CORTEZ MA. EUGENIA		<ul style="list-style-type: none"> - METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. - INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION II. - MERCADOTECNIA I 	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN RELACIONES COMERCIALES.
GALINDO CALDERON PATRICIA		<ul style="list-style-type: none"> - INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION II. - CONTABILIDAD ESPECIALIZADA 	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN ADMINISTRACION INDUSTRIAL.
GONZALEZ ARGUDIN MEDINA MIGUEL ANGEL.		<ul style="list-style-type: none"> - INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION I. 	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN PUBLICIDAD.
IBARRA RODRIGUEZ SERGIO ALEJO		<ul style="list-style-type: none"> - MERCADOTECNIA I 	LIC. EN PUBLICIDAD.	LIC. EN RELACIONES COMERCIALES.



RELACION DE PERSONAL DOCENTE.

CICLO ESCOLAR 92-1

NOMBRE PROFESOR	REGISTRO NUMERO	NOMBRE DE LA (S) ASIGNATURAS QUE IMPARTE	NOMBRE DE LA CARRERA	ASESOR (A) SINODAL(S)
LOPEZ TORRES SAUL		- REDACCION PUBLICITARIA I - REDACCION PUBLICITARIA II - EL ESTADO Y LA PUBLICIDAD - INTRODUCCION A LA ECONOMIA - DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS. - PANORAMA DE LA ECONOMIA MEXICANA. - MATEMATICAS - PROBABILIDAD Y ESTADISTICA	LIC.EN PUBLICIDAD.	LIC. EN ECONOMIA.
MARTINEZ DIAZ CLAUDIA ANGELICA		- DISEÑO GRAFICO I - DISEÑO GRAFICO II	LIC.EN PUBLICIDAD.	LIC. EN DISEÑO DE COM. GRAFICA.
ORTIZ MUÑOZ MANUEL		- SEMINARIO DE TESIS	LIC.EN PUBLICIDAD.	LIC. EN RELACIONES COM.
PANDO MARINO BERNARDO SANTIAGO		- TALLER CREATIVO IV	LIC.EN PUBLICIDAD.	LIC. EN PUBLICIDAD.
PANTOJA AGUIRRE GABRIELA		- TEORIA DE LA COMUNICACION I - TEORIA DE LA COMUNICACION III. - ANTROPOLOGIA CULTURAL I	LIC.EN PUBLICIDAD.	LIC. EN RELACIONES PUBLICAS.
RODRIGUEZ VILCHIS ALMA PATRICIA.		- TEORIA DE LA PUBLICIDAD - TALLER CREATIVO II	LIC.EN PUBLICIDAD.	LIC. EN PUBLICIDAD.
ROMERO TREJO GUSTAVO		- MERCADOTECNIA III - MERCADOTECNIA V	LIC.EN PUBLICIDAD.	LIC. EN RELACIONES COMERCIALES.
SANCHEZ ESPINDOLA ELSA MARIA		- EL ESTADO Y LA PUBLICIDAD - REGIMEN LEGAL DE LA PUBLICIDAD.	LIC.EN PUBLICIDAD.	LIC. EN DERECHO.
SANCHEZ TORRES LUIS EDUARDO		- TEORIA DE LA COMUNICACION - SEMINARIO DE PERIODISMO - PUBLICIDAD ESPECIALIZADA I - SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION II. - PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS.	LIC.EN PUBLICIDAD.	LIC. EN CIENCIAS DE LA INFORMACION.
SEGURA PACHECO CARLOS ALFONSO		- DISEÑO GRAFICO I - TALLER CREATIVO I - DISEÑO GRAFICO II	LIC.EN PUBLICIDAD.	LIC. EN COMUNICACION GRAFICA.



CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

RELACION DE PERSONAL DOCENTE.

CICLO ESCOLAR 92-1

NOMBRE PROFESOR	REGISTRO NUMERO	NOMBRE DE LA (S) ASIGNATURAS QUE IMPARTE	NOMBRE DE LA CARRERA	ASESOR (A) SINODAL(S)
TARACENA GARCIA SERGIO EDUARDO		- DIBUJO PUBLICITARIO I	LIC.EN PUBLI-CIDAD.	LIC. EN DI-RUJO PUBLI-CITARIO. ?
VALIÑAS COALLA MARIA ISABEL		- TEORIA DE LA PUBLICIDAD - TECNICAS DE INVESTIGACION	LIC.EN PUBLI-CIDAD.	LIC. ACTUA-RIA.
VELASCO BALLEZA CARLOS		- DIBUJO PUBLICITARIO II - TALLER DE FOTOGRAFIA	LIC.EN PUBLI-CIDAD.	LIC. EN DIS-GRAFICO.
ZAMORA NAVARRO JAVIER		- TALLER DE FOTOGRAFIA - COMUNICACION AUDIOVISUAL I - COMUNICACION AUDIOVISUAL II - TEORIA DE LA COMUNICACION II.	LIC.EN PUBLI-CIDAD.	LIC. EN PU-BLICIDAD.