

CCC
AI
0308

933100
25-III-94



LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

EDUCAR PARA SERVIR

H. VERACRUZ, VER.

- Sostener una coherencia educativa, coordinando las líneas pedagógicas, la unidad de objetos, los criterios educativos, que conforman el Centro de Estudios Cristóbal Colón.

JUSTIFICACION

Insistir en la importancia de que hoy en día dispone la comunicación, viene a ser un paso innecesario, basta, al respecto, tener presente que en el curso de las tres últimas décadas los procesos comunicativos, principalmente a causa del vertiginoso progreso de los sistemas cibernéticos y de los medios electrónicos en general, han adquirido una incidencia determinante en casi todos los núcleos y elementos integrantes de la realidad social, incluidos los que conforman la vida cotidiana y condicionan el desenvolvimiento de las conciencias individuales. Se trata de un fenómeno progresivo cuya constatación se halla a la mano y no precisa de mayores indagaciones. En cambio, resulta indispensable observar con sentido crítico y realista la serie de consecuencias tanto objetivas como subjetivas que de él se desprenden y que en su conjunto dan lugar a una problemática en gran parte inédita hasta el momento, sobre todo en países en vías de desarrollo como el nuestro.

Entre las numerosas consecuencias que ameritan un análisis detenido, figura una que debe ser contemplada en primera instancia en razón de que tanto la adecuada identificación de sus condiciones y tendencias como el tratamiento solvente de sus efectos conforme al interés de la sociedad atañen directamente a la educación universitaria.

En la medida en que la comunicación se incorpora como factor operativo primordial a la mayoría de las actividades económicas y culturales, la formación profesional de comunicadores se convierte en una demanda de carácter imperativo y de proporciones -- crecientes. La institución universitaria, encargada de proporcionar respuestas objetivas satisfactorias a este requerimiento, afronta la necesidad de poner en marcha programas académicos en los que se conjuguen de manera orgánica elementos teóricos y prácticos encaminados al desarrollo de las habilidades técnicas que exige el campo profesional. Pero también, contenidos de naturaleza humanística y reflexiva que susciten en el comunicador una conciencia cabal de valores y responsabilidades que dan sentido a su labor de cara al bien de la colectividad. Por lo que toca al primer componente, existe la necesidad de contar con una amplia infraestructura académica capaz de realizar, con la especificidad que sea menester en cada caso, los objetivos de capacitación y desempeño componente que entrañan las distintas áreas y modalidades de la comunicación actual; pues solo de esta manera se podrá lograr que el alumno alcance un conocimiento cabal de las múltiples funciones y posibilidades objetivas que abarca este dominio, dicho conocimiento, a su vez, presenta una condición previa indispensable para que el alumno lleve a cabo una elección acertada de las labores concretas que habrán de conformar su particular orientación profesional.

En un ámbito de actividad tan vasto y polifacético, donde se -- tienen a la vista numerosas opciones de especialización es obligatorio proporcionar al educando una sólida instrucción interdisciplinaria que le permita identificar el área de trabajo que resulte más acorde con sus intereses y aptitudes. A esta exigencia general hay que añadir la peculiaridad de que, en la carrera de comunicación, esa instrucción interdisciplinaria se refiere al manejo técnico eficiente de los múltiples sistemas y procesos comunicativos hoy en día operantes, lo cual implica un acervo ponderado de elementos teóricos y prácticos que se hallan so-

metidos a un proceso de perfeccionamiento constante. Así la actualización sistemática de los contenidos curriculares, de los métodos y los equipos empleados en cada campo viene a ser una exi--gencia de primer orden.

Sin embargo, la disponibilidad de ésta infraestructura asegura por sí misma la efectiva consecución de los objetivos esenciales que dan sentido a la formación uni--versitaria del comunicador. Es indispensable que el desarrollo de las capacidades técnicas tenga verificativo a la par de una comprensión cada vez más penetrante y consistente de la realidad social, contemporánea, tanto a nivel mundial como nacional. Importa especialmente que el futuro comunicador, a medida que avanza en el conocimiento operativo de los sistemas, adquiera conciencia plena de los efectos que su labor ha de suscitar en la colectividad y de los valores de fondo -- que se encuentran en juego a través de aquella. Es tal la trascendencia de este segundo componente, que su omisión o fomento deficiente da lugar inevitablemente a que el comunicador quede confinado a un comportamiento mecánico y acrítico, anudado solo por expectativas del éxito inmediato y personal. Por lo demás, es fácil advertir que la proliferación de semejante tipo de profe--sionistas provocaría que, en definitiva, la actividad en cuestión fuese incapaz de dar cumpli---miento a los verdaderos fines que tiene encomendados respecto del desarrollo cualitativo de la -sociedad y del país.

De acuerdo con lo anterior, el reto de fondo que tiene ante sí la educación superior en la presente coyuntura estriba en conseguir la formación de comunicadores - dotados de un perfil integral; formación que no se vea alterada o disminuída en ninguno de sus -relieves esenciales por la demanda masiva de que es objeto actualmente, ni por lo acelerados cambios que experimentan sus dispositivos y funciones. A este reto se propone responder la Universi

dad Cristóbal Colón con la apertura de su Licenciatura en Comunicación en la ciudad de Veracruz.

C A M P O D E T R A B A J O

El primer motivo que da lugar a esta iniciativa es el incremento de solicitudes en este sentido por parte del estudiantado a nivel estado de Veracruz en los últimos años; solicitudes que en proporción creciente han quedado desatendidas en virtud de las comprensibles limitaciones de cupo que enfrentan las instituciones que imparten la carrera en esta entidad (contamos al respecto con informes que indican que más de ciento cincuenta alumnos solicitantes no pudieron ser admitidos en el presente año lectivo). Esta tendencia global se ve corroborada al interior de nuestra propia población estudiantil de bachillerato, que en las más recientes auscultaciones sobre inclinaciones vocacionales han venido manifestando un interés constante por este ámbito profesional. Por otro lado, conviene tomar en consideración algunos datos que permiten estimar que, en un futuro inmediato, el estado de Veracruz representará un espacio importante para el auge de las actividades relacionadas con la comunicación; en la actualidad cuenta con 62 estaciones radiodifusoras en amplitud modulada y 17 en frecuencia modulada, 3 en onda corta, 12 revistas periódicas y 28 diarios, así como con 12 canales de televisión y más de 15 agencias de publicidad.

Por otra parte, conviene reparar en que el campo de trabajo abierto hoy en día al comunicador de ningún modo se restringe al uso de medios masivos electrónicos e impresos. De acuerdo con los sondeos de opinión llevados a cabo por la Universidad entre gerentes de empresas y representantes del gobierno estatal y municipal con vistas a la determinación

de la demanda real existente en esta entidad para la carrera en cuestión, se puede afirmar que un número creciente de organismos públicos y privados requieren los servicios del comunicador para el desarrollo creativo de múltiples tareas que tienen que ver con la promoción de su imagen externa y con el aseguramiento de relaciones armónicas y eficientes entre los sectores que intervienen en el funcionamiento interno. El 72% de los entrevistados estima que la adecuada difusión de sus objetivos de empresa en el público no se consigue mediante campañas publicitarias encaminadas al incremento del consumo; cada vez se hace más necesario el establecimiento de un intercambio dinámico con la colectividad a efecto de diseñar metas y planes de trabajo más acordes con las necesidades cambiantes de la misma. Dicha necesidad se acentúa en el caso de las empresas comerciantes y de servicios, en las cuales el contacto con el público reviste diversos aspectos y características que tradicionalmente han sido ignoradas y desatendidas, es claro que el papel del comunicador en este contexto comprende una gama de acciones cuyo reconocimiento e implementación dependen principalmente de su iniciativa.

En cuanto a las investigaciones oficia--

les y de asistencia social, nuestros informantes destacan que la casi totalidad de actividades y funciones que ponen en marcha implican la participación intensiva de la comunicación en virtud de que reclaman una labor de concientización permanente de la ciudadanía para lograr de ella respuestas más activas y solidarias. Las áreas de salud y ecología son especialmente ilustrativas en este sentido. Asimismo, como antes se indicó, dentro de las empresas y entidades públicas son numerosas las tareas que el comunicador puede cumplir, más del 50 % de los empresarios, gerentes y funcionarios entrevistados consideran que el óptimo funcionamiento de sus respectivos organismos sólo es alcanzable a condición de que entre el personal de los diferentes departamentos y las instancias directivas exista un flujo de información - - eficiente y una sólida cohesión del grupo, para lo cual es indispensable crear mecanismos de intercambio y retroalimentación que exceden con mucho los esquemas formales de la relación laboral. En ese caso - la misión del comunicador estriba en crear los medios y situaciones - específicas más apropiadas para la consecución de este objetivo.

Lo anteriormente expuesto permite ver que el radio de acción del profesionista de la comunicación se encuentra actualmente en expansión y que ello depende en medida primordial de la inventiva y la actitud creativa que este pueda desarrollar a lo largo de su formación académica. De ahí que la presunta saturación de su campo de trabajo a causa del relativamente escaso personal que demandan los medios de información masiva, deriva más bien de una visualización incompleta de las actividades potenciales que la realidad social moderna demanda de la comunicación.

Dentro de una esfera de acción tan dinámica y versátil como ésta, en atención al amplio acopio de recursos intelectuales y materiales que reclama su adecuado impulso, al cual deben contribuir todos los sectores de la sociedad a fin de que los resultados que se alcancen converjan objetivamente en el fortalecimiento de ésta última, la Universidad Cristóbal - Colón se dispone a ofrecer al estudiantado veracruzano un programa de estudios en cuyos objetivos terminales se hacen debidamente articulados los dos factores sustanciales antes identificados.

EJERCICIO PROFESIONAL

El campo de trabajo del Licenciado en Ciencias de la Comunicación está determinado por la cantidad de medios masivos de comunicación, por la cantidad de organizaciones medianas y grandes que desarrollan funciones de comunicación institucional corporativa y/o

UNIVERSIDAD CRISTOBAL COLON
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

I N T R O D U C C I O N

El Ideario de la Universidad Cristóbal Colón, sostiene que el objeto de la educación es la persona, y que ésta es un ser educable. Partiendo de ésta base, concebimos la educación como una actividad centrada en la formación humana, orientada hacia el desarrollo del pensamiento crítico, aprender a aprender, y de la creatividad potenciada por un alto nivel académico, que sea motivadora, activa, respetuosa, actual e integradora.

Dentro de este marco, y bajo el lema *Educar para servir*, la Universidad - Cristóbal Colón, tiene el compromiso de:

- Ofrecer a la comunidad veracruzana alternativas educativas adecuadas a la realidad y a las oportunidades socio culturales de la región, en contacto con su historia y posibilidades actuales.
- Desarrollar una enseñanza de calidad en la que sea posible una docencia pedagógicamente renovada, con un nivel científico moderno que esté relacionado con los actuales intereses de nuestra sociedad y que desarrolle integralmente a la persona.
- Fomentar la reflexión crítica y la investigación educativa del propio - Centro de Estudios Cristóbal Colón.

que cuentan con medios de comunicación internos-externos, como lo son revistas, audiovisuales, videos informativos promocionales inductivos, de capacitación y de docencia.

Las actividades del comunicador social egresado de la Universidad Cristóbal Colón, están dirigidas hacia el diseño, elaboración, coordinación, producción de materiales y programas en los medios impresos, medios audiovisuales y organizaciones privadas y públicas que desarrollen funciones de comunicación social.

El egresado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación -- puede desempeñar los tipos de trabajo siguientes:

En los medios masivos: como reportero, redactor, editor, guionista, productor, conductor, programador, cablista, corresponsal, creativo, publicista, diseñador, - fotógrafo; así como jefe, coordinador, gerente o director de las diversas áreas de especialidad - en cada caso.

En las organizaciones: asesor o ejecutivo de comunicación y/o -- relaciones públicas, ejecutivo de cuenta, creativo y/o productor publicitario, guionista y/o productor de video industrial, comercial y educativo, redactor-productor de textos y programas, editor de publicaciones corporativas y medios impresos, guionista y productor de materiales para capacitación y adiestramiento.

El egresado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación -- también está capacitado para desarrollar actividades de apoyo docente, para iniciar su propia em-

presa como agencia de publicidad, oficinas de asesoría a medios y mercados, o bien talleres de investigación de la comunicación al servicios de organismos privados o del estado.

AREAS DE INTEGRACION CURRICULAR

PRESENTACION DEL PLAN DE ESTUDIO

En términos generales, el perfil de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación aquí propuesta cifra su consecución en el desarrollo de 4 áreas de conocimiento:

Formación, Investigación, Planificación y Producción.

Los fines del área y las asignaturas que lo integran se enumeran a continuación.

Formación: Proporciona las bases del conocimiento, sustentado en las disciplinas científicas fundamentales de las ciencias sociales, que le permiten formarse un criterio en función de sus actividades profesionales.

Materias que la conforman:

Taller de Expresión Oral y Escrita, Historia de los medios de

comunicación, Historia de la Cultura I, Introducción a la comunicación, Sociología General, Psicología Social, Economía, Historia de la Cultura II, Teoría de la comunicación I, Sociología de la comunicación, Psicología de la comunicación, Teoría del Lenguaje, Teoría del periodismo impreso, Teoría de la comunicación II, Filosofía de la comunicación, Teoría de la comunicación televisiva, Legislación de los medios, Teoría radiofónica, Opinión pública, Investigación de la comunicación, Problemas Contemporáneos de México y Ética profesional.

Investigación: Aplicar la metodología científica como medio para evaluar la problemática social y sus alcances, así como para tomar decisiones adecuadas en su resolución y ponderaciones respectivamente.

Materias que la conforman:

Metodología de la investigación I, Metodología de la investigación II, Semiótica, Investigación de la comunicación I, Investigación de la comunicación II, Análisis crítico de la comunicación, Teoría y crítica del cine y Seminario de Tesis.

Planificación: Estructurar los elementos de la planeación, programación y evaluación de proyectos que mediante el manejo de las herramientas adecuadas optimicen los recursos disponibles del trabajo profesional en sus diferentes áreas.

Materias que la conforman:

Técnicas de producción impresa, Computación I, Comunicación

organizacional, Computación II, Guionismo, Mercadotecnia, Análisis y técnicas de los medios, -
Administración de los medios de comunicación, Comunicación social I, Relaciones Públicas, Ta-
ller de Publicidad y Comunicación Social II.

Producción: Realizar y presentar propuestas de contenidos diversos
de comunicación social mediante la aplicación de técnicas y métodos apropiados.

Materias que la conforman:

Fotografía I, Fotografía II, Taller de periodismo impreso, Taller
de televisión I, Taller de Radio I, Taller de Diseño Gráfico, Publicidad, Taller de televisión
II, Taller de Radio II, Taller de Producción de textos, Seminario de Producción Multimedia, --
Seminario integrador de la comunicación y Taller de medios de comunicación masiva.

O B J E T I V O S D E L A L I C E N C I A T U R A E N C I E N C I A S D E L A C O M U N I C A C I O N

Al término de los estudios el egresado de la Licenciatura en - -
Ciencias de la Comunicación estará capacitado para:

- 1.- Investigar y resolver problemas de comunicación en los sistemas sociales.

- 2.- Diseñar políticas, programas y sistemas de comunicación, basándose en el análisis y presentación de mensajes al servicio de la comunidad.
- 3.- Tener una actitud de servicio a la comunidad, responsable de la utilización de técnicas y manejo de información, valorando el factor humano como centro de sus acciones, identificando los principios y leyes que rigen el comportamiento individual y grupal, como parte de los rasgos fundamentales de la cultura.
- 4.- Identificar cada uno de los elementos que permiten una comunicación efectiva a través de los medios masivos, por lo cual habrán vivenciado prácticas profesionales que lo vincularían con las características de la prensa, el radio, la televisión, el cine, de tal manera que comprenda integralmente su participación en los medios.
- 5.- Investigar la problemática del entorno social y sus implicaciones con las ciencias de la comunicación identificando sus interacciones con otras áreas de las ciencias sociales y del conocimiento en general.

- 6.- Elaborar los mensajes necesarios para difundir por medios de comunicación interpersonal, grupal o colectiva los objetivos y políticas internas y externas de una organización.
- 7.- Evaluar las necesidades de comunicación de los públicos - internos, mixtos y externos de una organización identificando sus características y relación con ésta.

UNIVERSIDAD CRISTOBAL COLON
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

[]

VIGENCIA

BACHILLERATO O EQUIVALENTE

ANTECEDENTES ACADEMICOS DE INGRESO DEL ALUMNO

ASIGNATURA	CLAVE	SERIACION	HORAS SEMANALES			CREDITOS
			TEORICAS	PRACTICAS	TOTAL	
PRIMER SEMESTRE						
TALLER DE EXPRESION ORAL Y ESCRITA	0101		2	3	5	7
HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION	0102		3	-	3	6
HISTORIA DE LA CULTURA I	0103		3	-	3	6
INTRODUCCION A LA COMUNICACION	0104		3	-	3	6
SOCILOGIA GENERAL	0105		3	-	3	6
PSICOLOGIA SOCIAL	0106		3	-	3	6
FOTOGRAFIA I	0107		2	3	5	7
S U M A			19	6	25	44
SEGUNDO SEMESTRE						
ECONOMIA	0208		3	-	3	6
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION I	0209		3	-	3	6
HISTORIA DE LA CULTURA II	0210	0103	3	-	3	6
TEORIA DE LA COMUNICACION I	0211		3	-	3	6
SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION	0212		3	-	3	6
PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION	0213		4	-	4	8
FOTOGRAFIA II	0214	0107	1	4	5	6
S U M A			20	4	24	44

ASIGNATURA	CLAVE	SERIACION	HORAS SEMANALES			CREDITOS
			TEORICAS	PRACTICAS	TOTAL	
T E R C E R S E M E S T R E						
TEORIA DEL LENGUAJE	0315	0315	2	4	6	8
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION II	0316	0209	3	-	3	6
TEORIA DEL PERIODISMO IMPRESO	0317		4	-	4	8
TEORIA DE LA COMUNICACION II	0318	0211	3	-	3	6
FILOSOFIA DE LA COMUNICACION	0319		3	-	3	6
TECNICAS DE PRODUCCION IMPRESA	0320		2	3	5	7
COMPUTACION I	0321		2	2	4	6
S U M A			19	9	28	47
C U A R T O S E M E S T R E						
SEMIOTICA	0422	0315	3	2	5	8
COMUNICACION ORGANIZACIONAL	0423		3	-	3	6
TALLER DE PERIODISMO IMPRESO	0424	0317	2	3	5	7
TEORIA DE LA COMUNICACION TELEVISIVA	0425		3	-	3	6
LEGISLACION DE LOS MEDIOS	0426		3	-	3	6
TEORIA RADIOFONICA	0427		2	1	3	5
COMPUTACION II	0428	0321	2	3	5	7
S U M A			18	9	27	45

ASIGNATURA	CLAVE	SERIACION	HORAS SEMANALES			CREDITOS
			TEORICAS	PRACTICAS	TOTAL	
QUINTO SEMESTRE						
GUIONISMO	0529		2	3	5	7
MERCADOTECNIA	0530		4	-	4	8
ANALISIS Y TECNICAS DE LOS MEDIOS	0531		2	2	4	6
TALLER DE TELEVISION I	0532		1	3	4	5
OPINION PUBLICA	0533		4	-	4	8
TALLER DE RADIO I	0534		1	3	4	5
INVESTIGACION DE LA COMUNICACION I	0535		2	2	4	6
S U M A			16	13	29	45
SEXTO SEMESTRE						
TALLER DE DISENO GRAFICO	0636		2	2	4	6
ADMINISTRACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION	0637		4	-	4	8
PUBLICIDAD	0638		4	-	4	8
TALLER DE TELEVISION II	0639	0532	1	3	4	5
COMUNICACION SOCIAL I	0640		2	2	4	6
TALLER DE RADIO II	0641	0534	1	3	4	5
INVESTIGACION DE LA COMUNICACION II	0642	0535	2	2	4	6
S U M A			16	12	28	44

ASIGNATURA	CLAVE	SERIACION	HORAS SEMANALES			CREDITOS
			TEORICAS	PRACTICAS	TOTAL	
SEPTIMO SEMESTRE						
TALLER DE PRODUCCION DE TEXTOS ✓	0743		2	3	5	7
RELACIONES PUBLICAS	0744		2	2	4	6
TALLER DE PUBLICIDAD	0745		2	2	4	6
ANALISIS CRITICO DE LA COMUNICACION	0746		3	-	3	6
COMUNICACION SOCIAL II	0747	0640	2	2	4	6
SEMINARIO DE PRODUCCION MULTIMEDIA	0748		2	2	4	6
TEORIA Y CRITICA DEL CINE	0749		2	2	4	6
S U M A			15	13	28	43
OCTAVO SEMESTRE						
SEMINARIO INTEGRADOR DE LA COMUNICACION	0850		2	4	6	8
PROBLEMAS CONTEMPORANEOS DE MEXICO	0851		2	1	3	5
ETICA PROFESIONAL	0852		3	-	3	6
SEMINARIO DE TITULACION	0853	0642	2	2	4	6
TALLER DE MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA	0854	0748	2	3	5	7
S U M A			11	10	21	32
S U M A T O T A L			134	76	210	344

DIRECTOR GENERAL ACADEMICO

DIRECTOR GENERAL DE EDUCACION SUPERIOR

DR. JOSE LUIS SANCHEZ MACIAS.

México, D.F., a de

de 199 .



1. ASIGNATURA TALLER DE EXPRESION ORAL Y ESCRITA

2. CICLO 1er. SEMESTRE

3. CLAVE 0101

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2 ✓	3 ✓	5 ✓	7 ✓

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 80

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Aplicará las técnicas y destrezas necesarias del lenguaje, que le permitirán expresarse con fluidez y precisión.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Proporciona a los alumnos los elementos esenciales para el correcto manejo del más importante vehículo de comunicación, la lengua, ya que lo dota de una riqueza léxica y cognoscitiva, lo cual le sirve para afianzar su rol como comunicólogo.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

NO. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
20	Elaborará textos discriminando ideas centrales.	I <u>CONSTRUCCION DE LA FRASE</u> a) Ideas centrales y secundarias (textos simples y complejos) b) Construcción de la frase y su armonía. c) Incorporación de 100 unidades léxicas. d) Vicios del lenguaje. e) Las figuras retóricas.
20	Identificará los elementos que conforman a la - composición literaria.	II <u>LA COMPOSICION LITERARIA</u> a) La composición literaria. b) Cualidades del buen estilo. c) Estilos directo e indirecto. d) Incorporación de 100 unidades léxicas.
20	Diseñará textos aplicando los elementos metodológicos para su elaboración.	III <u>LA EXPOSICION, NARRACION Y LA DESCRIPCION</u> a) La exposición. b) Información explícita e implícita c) Partes integrantes de la exposición: hipótesis, cuerpo expositivo y conclusiones. d) Técnica de la narración. e) Leyes de la narración. f) Elementos de la narración. g) Técnica de la descripción. h) Principios generales. i) Diferentes formas de descripción. j) Incorporación de 100 unidades léxicas.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
20	Elaborará resúmenes, síntesis y paráfrasis en textos simples y complejos. <i>Y...</i>	<u>IV RESUMEN, SINTESIS Y PARAFRASIS</u> <ul style="list-style-type: none"> a) Resumen, síntesis y paráfrasis de textos simples y complejos. b) Ordenamiento de un texto de las partes al todo. c) Incorporación de 100 unidades léxicas. <u>VEL PODER DE LA PALABRA</u> <ul style="list-style-type: none"> a) Las ventajas del poder. b) Uso de la palabra. c) La intencionalidad. d) Ambigüedad. e) La influencia que ejerce el comunicador. f) La exposición oral y la conferencia.

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Ejercicios de aplicación.
- Lecturas comentadas.
- Discusión.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

- ENRIQUEZ, M.A. Taller de ortografía (Manual y cuaderno). Ed. Mc Graw Hill, México, 1986.
- GARCIA, et al. Expresión oral. Ed. Alhambra, España, 1986.
- PRIETO CASTILLO, Daniel. Retórica y manipulación masiva. Ed. Premia, México, 1990.
- VÍVALDI, G. Martín. Curso de redacción. Ed. Paraninfo, México, 1982.

EVALUACION DEL CURSO

- Trabajo 50%
- Participación 10%
- Examen parcial 20%
- Examen final 20%



1. ASIGNATURA HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

2. CICLO 1er. SEMESTRE

3. CLAVE 0102

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Analizará el origen y evolución tecnológica de los medios de comunicación, pero desde una perspectiva política, económica y social, lo cual le permitirá comprender la función que desempeñan como catalizadores en los cambios sociales.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Contribuye a una formación integral del conocimiento, desarrollo y problemática inherente a explicar origen, -- trayectoria y aportaciones en el terreno de las ciencias de la comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
10	Explicará las características que dieron origen a la prensa y su evolución. <i>Comprensión</i>	<u>I ORIGEN DE LA PRENSA</u> a) Primeros instrumentos de comunicación. b) Alemania: invención de la imprenta. c) Inglaterra: libertad de expresión, primer periódico diario. d) Estados Unidos: surgimiento de la prensa amarillista.
14	Analizará los antecedentes de la prensa mexicana y su papel en la historia de México.	<u>II LA PRENSA EN MEXICO</u> a) El periodismo colonial mexicano. b) El periodismo en la guerra de independencia. c) La prensa en la época de la reforma. d) Durante el porfiriato. e) Durante la revolución. f) La prensa de 1917 a 1920. g) La prensa pos-revolucionaria y la contemporánea.
12	Explicará el origen y evolución de la televisión y la radio. <i>Comprensión</i>	<u>III ORIGEN DE LA TELEVISION Y LA RADIO</u> a) Origen de la televisión. b) Formación, desarrollo y expansión de la televisión comercial. c) Edificación de televisa. d) Televisión por cable. e) Televisión vía satélite. f) Origen de la radio. g) Desarrollo y expansión de la radio.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Analizará la evolución del cine a nivel internacional, así como en México.	<u>IV CINE</u> a) El cine en Europa. b) El cine en América. c) El sistema de estrellas. d) El cine en México.



UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
C O L O N

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

Participación de los alumnos en:

- Exposiciones
- Discusiones
- Exhibición de documentales
- Conferencias
- Investigación documental.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

ARGUDIN, Yolanda. Historia del periodismo en México. Ed. Panorama, s.e., s.l., 1987.

GUTIERREZ VIENA, L. Historia de los medios audiovisuales -2- Cine y Fotografía. Ed. Pirámide, s.e., s.l., s.f.

GUTIERREZ VIENA, L. Historia de los medios audiovisuales -3- Radio y Televisión. Ed. Pirámide, s.e., s.l., s.f.

C O M P L E M E N T A R I A

DOVIFAT. El periodismo. Ed. Uthea., s.e., s.l., s.f.

EVALUACION DEL CURSO

- Examen parcial. 25%
- Examen final. 25%
- Participación en exposiciones. 20%
- Investigación documental 30%



1. ASIGNATURA HISTORIA DE LA CULTURA I

2. CICLO 1er. SEMESTRE

3. CLAVE 0103

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará la influencia de otras culturas antiguas en la conformación de la civilización griega, romana y la Edad Media.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Posibilita una comprensión de la génesis y desarrollo de la cultura, introduciéndolo gradualmente a la temática y problemática específica de su ámbito profesional.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
9	Comprenderá la importancia del estudio de la cultura a través de la historia revisando la evolución de algunas culturas antiguas.	<p>I <u>INTRODUCCION</u></p> <p>a) Conceptos generales de historia, cultura y civilización.</p> <p>b) Relevancia del estudio de la historia, cultura y civilización.</p> <p>c) Factores que influyeron en la evolución de las culturas china, india, asiria, sumérica, caldea, persa, hebrea y egipcia.</p>
9	Conocerá los aspectos más relevantes que constituyeron y dieron origen a la cultura griega.	<p>II <u>LA CULTURA GRIEGA</u></p> <p>a) Ubicación histórica y geográfica.</p> <p>b) Características fundamentales de Esparta y Atenas.</p> <p>c) Características sociales y económicas de Esparta y Atenas.</p> <p>d) Evolución de la civilización griega: - Naturaleza de las ciudades-estados. - Expansión griega.</p>
10	Analizará el aspecto filosófico-religioso de la civilización griega.	<p>III <u>LA CULTURA GRIEGA Y SU FILOSOFIA</u></p> <p>a) Antecedentes e inicios de la filosofía.</p> <p>b) La concepción del mundo según la filosofía griega.</p> <p>c) Características más relevantes de los sofistas y otros filósofos.</p> <p>d) La concepción religiosa de los griegos.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
10	Analizará la influencia de la cultura griega en la organización social, económica y política de la <u>ci</u> vilización romana.	IV <u>LA CULTURA ROMANA</u> a) Ubicación histórica y geográfica de Roma. b) La influencia griega sobre la cultura en Roma. c) Aspectos filosóficos religiosos. d) La ingeniería romana. e) El derecho romano.
10	Analizará el proceso histórico que originó la Edad Media así como las causas que determinaron su <u>deca</u> dencia.	V <u>LA EDAD MEDIA</u> a) Características fundamentales de la cultura medieval. b) Acontecimientos políticos y económicos de Europa durante la Edad Media. c) El cristianismo y la escolástica. d) Las instituciones políticas y educativas. e) Causas políticas y económicas de la decadencia del feudalismo.

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
C O L O N

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación documental.
- Mesas redondas para la discusión y lluvia de ideas.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

- CHATLET, Francois. Historia de las civilizaciones. Saber y Poder. Tomo III. Ed. Proemia, s.e., México, 1981.
- MCNALL BURNS, Edward. Civilización de occidente. Su historia y su cultura. Ed. Siglo XX, s.e., Argentina, 1980.
- WEBER, Alfred. Historia de la cultura. Ed. Fondo de cultura económica, s.e., México, 1979.

C O M P L E M E N T A R I A

- S.a. Comité editorial del curso de evolución de la civilización contemporánea de la Facultad de Economía. s.E., s.e., s.l., s.f.

EVALUACION DEL CURSO

- Mesas redondas. 10%
- Investigación documental. 20%
- Examen parcial. 30%
- Examen final. 40%

BIBLIOGRAFIA

C O M P L E M E N T A R I A

- S.a. Evolución de la civilización contemporánea. Ed.UANL, s.e. México, 1974.



1. ASIGNATURA INTRODUCCION A LA COMUNICACION.

2. CICLO 1er SEMESTRE

3. CLAVE 0104

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso el alumno:

Analizará los conceptos fundamentales en el estudio de la comunicación, así como su importancia dentro de la vida social del hombre.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Coadyuva al logro de una auténtica formación profesional, proporcionando los conocimientos necesarios para el análisis de la comunicación.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Analizará la importancia y evolución del proceso - de comunicación y el lenguaje, así como su trascen <u>dencia</u> dentro de la vida social del hombre.	<u>I COMUNICACION Y LENGUAJE</u> a) Importancia y naturaleza de la comunicación. b) Panorama histórico del proceso de comunicación. c) El proceso de comunicación. d) Origen e importancia del lenguaje como sistema de comunicación. e) Diferentes tipos de lenguaje.
12	Analizará algunos conceptos básicos de comunicación.	<u>II CONCEPTOS BASICOS</u> a) Procesamiento de la información. b) Percepción. c) Canales formales e informales de comunicación. d) Red de comunicación. e) Rumor. f) Telecomunicación. <i>¿RUIDO?</i>
12	Analizará los diferentes tipos de comunicación que se pueden establecer en una sociedad.	<u>III DIFERENTES TIPOS DE COMUNICACION</u> a) Comunicación intrapersonal. b) Comunicación interpersonal. c) Comunicación intermedia. d) Comunicación de masas. e) Comunicación no verbal.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Analizará las teorías que abordan el estudio de la comunicación masiva y su aplicación en el contexto social.	IV <u>TEORIAS DE LA COMUNICACION MASIVA</u> a) Teoría de las diferencias individuales. b) Teoría de las relaciones sociales. c) Teoría de las categorías sociales. d) Teoría de las normas culturales. e) Teoría de la disonancia cognoscitiva. f) Teoría del flujo de la comunicación en dos etapas.

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Participará en exposiciones y debates.
- Realizará investigación documental sobre los temas del curso.

BIBLIOGRAFIA
B A S I C A

BERLO, R. David. El proceso de la comunicación humana. Ed. Ateneo, s.e., México, 1969.

FERNANDEZ COLLADO, G. La comunicación humana. Ed. McGraw Hill, s.e., México, 1985.

REED Y HAROLDSSEN. Taxonomía de conceptos de comunicación. Ed. Nuevo Mar, s.e., s.l., s.f.

C O M P L E M E N T A R I A

DE FLEUR, Melvin Dr. Comunicación de masas. Ed. Paidós, s.e., s.l., s.f.

FISKE, J. Introducción al estudio de la comunicación. Ed. Iberoamericana., s.e., Colombia, 1982.

EVALUACION DEL CURSO

- Participación en exposiciones y debates. 10%
- Reporte de investigación documental. 15%
- Dos exámenes parciales. 40%
- Evaluación final. 35%



1. ASIGNATURA SOCIOLOGIA GENERAL

2. CICLO 1er SEMESTRE

3. CLAVE 0105

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso el alumno:

Analizará los conceptos fundamentales de la Sociología, así como los elementos que inciden en el comportamiento e integración de la sociedad.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Permite una formación integral del conocimiento de los diferentes temas y problemas inherentes al proceso de la comunicación.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Analizará el objeto de estudio de la Sociología, - así como las diferentes escuelas de pensamiento - que la sustentan.	<p>I <u>LA SOCIOLOGIA COMO DISCIPLINA CIENTIFICA</u></p> <p>a) El nacimiento de las ciencias sociales.</p> <p>b) El objeto de estudio de la Sociología.</p> <p>c) Introducción a la Sociología y sus perspectivas teóricas.</p> <p>d) Funcionalismo, estructuralismo y materialismo - histórico y dialéctico.</p>
5	Analizará los elementos que conforman la cultura en una sociedad como reglas, normas, valores y - costumbres.	<p>II <u>CULTURA Y SOCIEDAD</u></p> <p>a) Desarrollo social y cultural</p> <p>b) La cultura como sistema de normas.</p> <p>c) Cultura y subcultura.</p> <p>d) Etnocentrismo.</p>
6	Distinguirá las categorías sociales como elementos del análisis sociológico.	<p>III <u>CATEGORIAS SOCIALES</u></p> <p>a) Definición de categoría social.</p> <p>b) La importancia de la categoría social en la investigación sociológica.</p> <p>c) Fuentes de información para la formación de categorías sociales.</p>
8	Aplicará el concepto de instituciones como un sistema organizado de relaciones sociales en constante interacción con el individuo.	<p>IV <u>LAS INSTITUCIONES</u></p> <p>a) Conceptos de instituciones.</p> <p>b) Funciones manifiestas y latentes de las instituciones.</p> <p>c) Proceso de institucionalización.</p> <p>d) Rol individual y comportamiento institucional.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
4	Interpretará el origen histórico de la familia, su estructura y componentes como los factores que influyen en ella.	<u>V LA FAMILIA</u> a) Origen y estructura de la familia. b) Composición de grupos familiares. c) Factores que influyen en la estructura familiar.
8	Analizará las características del grupo y conglomerado.	<u>VI GRUPOS Y CONGLOMERADOS</u> a) Integración de los conglomerados y grupos. b) Definición de multitud, masa y público. c) Desarrollo de estereotipos. d) Manifestación de la conducta en los grupos.
5	Describirá el concepto de clase social y sus indicadores dentro de una sociedad determinada.	<u>VII CLASE SOCIAL</u> a) Determinantes de la clase social. b) Importancia de la clase social. c) El status dentro de la clase social. d) La clase social y su contexto cultural.

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación documental.
- Discusiones en grupo.
- Estudio de casos.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

AMAYA SERRANO. Sociología General. Ed. Mc.Graw Hill., s.e., s.l., 1980

HORTON Y HUNT. Sociología. Ed. Mc Graw Hill, s.e., México, 1980.

NORBERT, Elías. Sociología Fundamental. Ed. GEDISA, s.e., s.l., 1982.

C O M P L E M E N T A R I A.

ENGELS Y MARX. El origen de la familia, la propiedad privada y el estado. Ed. Progreso. s.e., México. 1975.

EVALUACION DEL CURSO

Examen parcial. 40%

Investigación documental. 20%

Examen final. 30%

Estudio de casos. 10%



1. ASIGNATURA. PSICOLOGIA SOCIAL

2. CICLO 1er SEMESTRE

3. CLAVE 0106

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará los elementos fundamentales que conforman la conducta del hombre.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Proporciona un panorama general de los principios psicológicos esenciales que incluyen en el proceso de la - comunicación para que pueda analizarlos de manera objetiva.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
5	Analizará las bases en las cuales se sustenta la - Psicología Social, así como su relación con otras ciencias sociales.	<u>I INTRODUCCION A LA PSICOLOGIA SOCIAL</u> a) Antecedentes b) Su relación con otras ciencias c) Objetivos y aplicaciones de la Psicología Social d) Influencias físicas, culturales y sociales de - la conducta.
9	Analizará los aspectos de la conducta que resul--tan del proceso de socialización.	<u>II SOCIALIZACION</u> a) Percepción social b) Aprendizaje social c) Las creencias d) Los valores e) Las actitudes y prejuicios f) Normas y roles sociales g) Estructura e interacción de los grupos
10	Analizará las características de la percepción y - motivación con respecto a los problemas de la conducta humana.	<u>III MOTIVACION Y PERCEPCION</u> a) Naturaleza socio-psicológica del hombre b) Sistema de necesidades humanas c) Características generales de la percepción - Factores internos y externos en la formación de las percepciones - Percepción selectiva y atención - Aprendizaje y percepción d) Frustración, conflicto y ansiedad - Conflicto y estrategias para su manejo - Stress y diferencias individuales.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Categorizará los aspectos fundamentales en las emociones, así como también la formación y cambio de actitudes.	<p>IV <u>EMOCION Y ACTITUDES</u></p> <p>a) Naturaleza de las emociones - Expresión emocional</p> <p>b) Naturaleza de las actitudes - Componentes de las actitudes - Diseño de cambios de actitudes - Actitudes y resistencias - Medición de actitudes</p>
12	Examinará la conducta del hombre con su interacción social.	<p>V <u>CONDUCTA INTERPERSONAL</u></p> <p>a) Facilitación social</p> <p>b) Angustia</p> <p>c) Desconcierto y autoestima</p> <p>d) Reputación social</p> <p>e) Causas de afiliación</p> <p>f) Conformidad</p> <p>g) Obediencia</p> <p>h) Responsabilidad social</p>



UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
C O L Ó N

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Prácticas
- Debates
- Mesas redondas
- Estudio de casos

BIBLIOGRAFIA B A S I C A

- LENDFREN CLAY, Henry. Introducción a la Psicología Social. Ed. Trillas, s.e., México, 1984.
- LEON MANN. Elementos de Psicología Social. Ed. Limusa, s.e., México, 1987.
- RODRIGUEZ, Aroldo. Psicología Social. Ed. Trillas, s.e., México, 1985.

C O M P L E M E N T A R I A

- KLINEBERG, Otto. Psicología social. Ed. F.C.E., s.e., México, 1983.
- RODRIGUEZ, Aroldo. Psicología social. Ed. Trillas, s.e., México, 1985.

EVALUACION DEL CURSO

- Reportes de lectura. 10%
- Trabajos (prácticas). 25%
- Examen parcial. 25%
- Examen final. 40%

BIBLIOGRAFIA

C O M P L E M E N T A R I A

- MAISONNEVE, J. La dinámica de los grupos. Ed. Nueva Imagen., s.e., México, 1983.
- MAISONNEVE, J. Psicología social. Ed. Paidós, s.e., México, 1985.
- ROSS, Raymond. Persuasión, comunicación y relaciones internacionales. Ed. Trillas, s.e. México, 1983.



1. ASIGNATURA FOTOGRAFIA I

2. CICLO 1er SEMESTRE

3. CLAVE 0107

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	3	5	7

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 80

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará históricamente el nacimiento y desarrollo de la fotografía hasta la actualidad.
Analizará el proceso de toma y revelado de blanco y negro en 35 mm que posibilite a realizar prácticas básicas en el laboratorio.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Conjunta los conocimientos teórico-prácticos necesarios para una mejor comprensión de diferentes medios de comunicación.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
6	Identificará los antecedentes históricos y artísticos que influyeron en el descubrimiento de la fotografía, así como su desarrollo social.	<u>I ESBOZO HISTÓRICO</u> a) Antecedentes. b) Nacimiento y desarrollo de la fotografía en el - siglo XX. c) Corrientes pictóricas más importantes. d) La fotografía en nuestros días.
5	Describirá como son las cámaras fotográficas en todas sus presentaciones; la manera de usarlas, las precauciones que se deben tener en su manejo y la aplicación de cada formato.	<u>II LAS CAMARAS</u> a) Tipos de cámaras. b) Formatos y aplicaciones. c) Partes de la cámara réflex 35 mm y sus funciones. d) Precauciones.
4	Identificará las lentes fotográficas en todas sus presentaciones, la manera de usarlas, las precauciones que se deben tener en su manejo y la aplicación de cada formato.	<u>III LA LENTE</u> a) Cómo es la lente. b) Partes y sus funciones. c) Tamaños y utilidad. d) Precauciones.
4	Conocerá las características de la película fotográfica, cómo reacciona ante las diferentes situaciones a la luz, la sensibilidad, cómo se expone y su nitidez.	<u>IV PELICULA FOTOGRAFICA</u> a) Cómo está hecha. b) Formatos y aplicaciones. c) El ASA d) Grano de exposición.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
6	Analizará el papel que juega la luz en el proceso - fotográfico, sus reacciones, características y efectos en la imagen.	V <u>LA LUZ</u> a) ¿Qué es? b) Natural, artificial. c) Dirección. d) Resultado en blanco y negro. e) Resultado en color.
4	Identificará los tipos de exposímetros que hay y cómo se debe exponer la película, realizando los efectos especiales y variando el modo de exposición.	VI <u>EXPOSIMETROS</u> a) integrado y de mano. b) El par de luz. c) Sub y sobre exposición. d) Efectos especiales.
6	Conocerá las aplicaciones de los accesorios más utilizados en el campo profesional.	VII <u>ACCESORIOS</u> a) Filtros: tipos y utilidad. b) Tripie. c) Flash. d) Otros.
16	Analizará el procedimiento para formar y componer - imágenes fotográficas, basado en los modos clásicos de composición.	VIII <u>COMPOSICION FOTOGRAFICA</u> a) Pensando en blanco y negro b) Obturación y diafragma. c) Longitud focal. d) Profundidad de campo. e) Organización: centro de atención, ritmo, textura, volumen, forma, balance, perspectiva, aurea, encuadre.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
24	Aplicará los procesos de revelado de película y de impresión de positivo en blanco y negro, a partir de las condiciones que componen el laboratorio fotográfico.	IX <u>EL LABORATORIO</u> a) Equipo básico: función y distribución. b) Químicos: preparación uso y precaución. c) Proceso de revelado en blanco y negro película 35 mm. d) Proceso de revelado en papel.
5	Usará los conocimientos generales que se necesitan para complementar la práctica fotográfica, así como la manera de conservarlas correctamente en el trabajo realizado.	X <u>TERMINACION FOTOGRAFICA</u> a) Archivo. b) Retoque. c) Análisis de errores. d) Enmascarado. e) Situaciones especiales.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Discusiones dirigidas.
- Realizar investigaciones documentales.
- Prácticas de fotografía.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

- HEDGECOE, John. Curso de Fotografía Básica. s. E., s.e., s.l., s.f.
- LANGFORD M. La Fotografía paso a paso. Ed. Nueva Comunicación, s.e., s.l., s.f.
- NEWHALL. Historia de la Fotografía. Ed. Gustavo Gili, s.e., s.l., s.f.

C O M P L E M E N T A R I A

- FREUD, Gisele. La Fotografía como documento social. Ed. Gustavo Gili, S.A., s.e., España, 1983.

EVALUACION DEL CURSO

- Participación en exposiciones y discusiones. 10%
- Trabajos de investigación. 20%
- Presentación de las prácticas fotográficas. 30%
- Exámenes parciales. 20%
- Examen final. 20%

BIBLIOGRAFIA

C O M P L E M E N T A R I A

- MALAGON, B. Fotografía Básica. Ed. UNAM Xochimilco, s.e., s.l., s.f.
- ROLAND, Barthes. La cámara lucida. Ed. Gustavo Gili, s.e., España, 1982.



1. ASIGNATURA ECONOMIA

2. CICLO 2º SEMESTRE

3. CLAVE 0208

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:
Analizará los principios básicos de la Economía.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Posibilitará el análisis de los fenómenos económicos en la sociedad y su vinculación con el ejercicio profesional de la comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
6	Identificará los conceptos básicos de la ciencia - económica.	<u>I CONCEPTOS BASICOS DE ECONOMIA</u> a) Definición de economía b) Microeconomía y macroeconomía c) Teoría de la oferta y la demanda d) Economía política e) Desarrollo económico
5	Analizará los problemas económicos de una sociedad y sus alternativas de producción.	<u>II INTRODUCCION GENERAL A LOS PROBLEMAS ECONOMICOS</u> a) La escasez de recursos b) Recursos frente a necesidades c) Las alternativas de producción
7	Identificará algunas problemáticas básicas de la -- producción.	<u>III PROBLEMAS BASICOS DE LA PRODUCCION</u> a) El dilema de que producir b) Inversión contra consumo c) La producción primaria d) La ley de rendimientos decrecientes e) El valor agregado f) Qué, cómo y para quién producir.
6	Examinará la organización de un sistema económico	<u>IV LA ORGANIZACION DE UN SISTEMA ECONOMICO</u> a) Flujo circular del ingreso b) Flujo monetario real c) La división del trabajo

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
8	Examinará la importancia del sistema monetario en la economía de México.	V <u>LA MONEDA</u> a) La evolución del dinero b) La teoría cuantitativa del dinero c) La inflación y el dinero d) La banca central e) El sistema financiero mexicano
8	Analizará el proceso de la producción económica en México.	VI <u>EL PRODUCTO NACIONAL</u> a) P.N.B. b) La distribución del P.N.B. Consumo, inversión gasto público. c) La distribución del ingreso.
8	Examinará la importancia del comercio externo en - la economía mexicana	VII <u>EL COMERCIO EXTERNO</u> a) Importación b) La balanza de pagos c) Los tipos de cambio d) Ajustes a los desequilibrios de la balanza de pagos



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Investigaciones bibliográficas para cada unidad.
- Discusiones y debates.

BIBLIOGRAFIA
B A S I C A

CARPIZO RODAS. Economía básica. Ed. Limusa, s.e., s.l., s.f.

MACHON, Francisco. Elementos de economía. Ed. Mc Graw Hill, s.e., s.l., s.f.

ROSSETI, José P. Introducción a la economía. Ed. Harla, s.e., s.l., s.f.

C O M P L E M E N T A R I A

MILL, John Stuart. Principios de Economía Política. Ed. F.C.E., s.e., México., s.f.

SAMUELSON, Paul A. Introducción al análisis económico. Ed. Uthea., s.e., México., s.f.

EVALUACION DEL CURSO

- Evaluaciones parciales. 40%
- Participación en discusiones. 15%
- Reporte de lecturas. 10%
- Examen final. 35%



1. ASIGNATURA METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION I

2. CICLO 2º SEMESTRE

3. CLAVE 0209

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3		3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará las características del conocimiento científico y del sistema tripartita de investigación.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Dota al estudiante de los elementos fundamentales de la metodología de la investigación que le permitirá un desempeño profesional en posibilidades de proponer científicamente nuevas alternativas.

Dr. José Luis Sánchez Macías.
9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

NO. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
8	Conocerá los conceptos básicos de la ciencia.	<p>I <u>LA CIENCIA</u></p> <p>a) Concepto de ciencia.</p> <p>b) Naturaleza de la ciencia.</p> <p>c) División de la ciencia.</p> <p>d) El conocimiento y sus tipos: empírico y científico.</p>
10	Identificará las nociones fundamentales del método y la investigación científica.	<p>II <u>EL METODO CIENTIFICO</u></p> <p>a) El método científico.</p> <p>b) Tipos de investigación.</p> <p>c) La investigación científica.</p> <p>d) Características, condiciones y fines de la investigación científica.</p>
4	Comprenderá la relación entre los elementos del -- sistema tripartita de la investigación.	<p>III <u>SISTEMA TRIPARTITA DE LA INVESTIGACION</u></p> <p>a) La teoría.</p> <p>b) El método.</p> <p>c) La técnica.</p> <p>d) Relación entre la investigación, método y la -- técnica.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Analizará la información ideológica en las corrientes de investigación.	<p><u>IV IDEOLOGIA Y LA INVESTIGACION.</u></p> <p>a) Corriente idealista. b) Corriente mecanicista. c) Corriente dialéctica.</p>
8	Analizará las características de la Investigación - como proceso de pensamiento.	<p><u>V TIPOS DE LA INVESTIGACION COMO PROCESO DE PENSAMIENTO</u></p> <p>a) La investigación analítica. b) La investigación explicativa. c) La investigación propositiva.</p>
6	Distinguirá los tipos de Investigación tomando en cuenta su ámbito de trabajo.	<p><u>VI TIPOS DE INVESTIGACION POR SU AMBITO DE TRABAJO</u></p> <p>a) Concepto, características y funciones. b) Documental, funciones y características.</p>

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
C O L Ó N

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación documental.
- Debate en grupo.
- Corrillos.
- Estudio de casos.
- Análisis de lecturas.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

ALONSO, José Antonio. Metodología. Ed. Edicol, s.e., México, 1981.

BRAUNSTEIN, Néstor A. Psicología: Ideología y Ciencia. Ed. Siglo XXI, s.e, México, 1985.

BUNGE, Mario. La ciencia: su método y su filosofía. Ed. Quinto Sol, s.e, México, s.f.

C O M P L E M E N T A R I A

CHOMSKY, et al. La explicación en las ciencias de la conducta. Ed. Alianza Universidad, s.e, s.l., s.f.

GOMEZ ROMERO, J. El método experimental. s. E., s.e., s.l., s.f.

EVALUACION DEL CURSO

- Investigación documental. 10%
- Análisis de lecturas. 30%
- Examen parcial. 30%
- Examen final. 30%

BIBLIOGRAFIA

C O M P L E M E N T A R I A

NAGEL, E. La estructura de la ciencia. Ed. Paidós, s.e., s. l., s.f.

ROSEMBLUTH, A. El método científico. Ed. Conacik, s.e., s. l., s.f.

S. a. Manual de investigación de la U.C.C. s. E., s.e., s. l., s.f.

WARTOFKY, M. W. Introducción a la filosofía de la ciencia. Ed. Alianza, s.e., s. l., s.f.

WIBSON, Q. La lógica de la investigación social. Ed. Tecnos, s.e., s. l., s.f.



1. ASIGNATURA HISTORIA DE LA CULTURA II

2. CICLO 2º SEMESTRE

3. CLAVE 0210

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará la influencia de diversos períodos de la historia en la actualidad.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Posibilita una comprensión del desarrollo de la cultura hasta nuestros días, introduciéndolo gradualmente al contexto y problemática específica actual de su ámbito profesional.

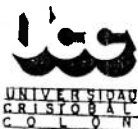
Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
6	Analizará las concepciones que se tenían del mundo en el renacimiento artístico y científico de ésta época, así como su expansión en otros países.	<p>I <u>EL RENACIMIENTO</u></p> <p>a) Concepción del mundo en el renacimiento</p> <p>b) Causas principales de la transición feudal al renacimiento.</p> <p>c) Concepciones artísticas en el renacimiento.</p> <p>d) La expansión del renacimiento en Alemania, -- Italia, Francia, España, Inglaterra, etc.</p> <p>e) Los progresos científicos desarrollados en el renacimiento.</p>
7	Conocerá las concepciones principales de la reforma, así como la revolución religiosa y el absolutismo que se desarrolló en países como Inglaterra, Francia y España.	<p>II <u>LA REFORMA</u></p> <p>a) Relación entre reforma y renacimiento.</p> <p>b) La revolución religiosa: Causas, escisión del catolicismo.</p> <p>c) Herencia de la reforma.</p> <p>d) El absolutismo en Inglaterra, Francia y España.</p>
7	Analizará los progresos en diversos campos producto de renacimiento y de la reforma.	<p>III <u>LA REVOLUCION INTELECTUAL DE LOS SIGLOS XVII-XVIII.</u></p> <p>a) Causas del progreso intelectual</p> <p>b) Características más relevantes de algunas corrientes filosóficas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - racionalismo - mecanicismo - empirismo - ilustración. <p>c) Descubrimientos científicos revolucionarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Física. <p>d) El Arte y la Literatura.</p>

NO. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
7	<p>Analizará las causas políticas, económicas y sociales que dieron origen a la revolución francesa, -- así como su influencia en procesos culturales y -- científicos.</p>	<p>IV <u>CARACTERISTICAS GENERALES DE LA REVOLUCION FRANCESA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Causas económicas y políticas de la revolución francesa. b) Aparición de la clase media. c) Supervivencia de privilegios feudales , la literatura y la filosofía.
7	<p>Analizará los aspectos que dieron origen a la revolución industrial, así como el proceso en la industria, sus consecuencias políticas y económicas y la caracterización de las clases sociales.</p>	<p>V <u>LA REVOLUCION INDUSTRIAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Causas y primeros adelantos técnicos. b) Factores que influyeron en Inglaterra para la revolución industrial. c) El progreso y la difusión de la industrialización. d) Aparición de la máquina y consecuencias políticas, sociales y económicas. e) Características del capitalismo, la burguesía y proletariado.
7	<p>Analizará las causas que provocaron la primera guerra mundial, así como sus tratados de paz.</p>	<p>VI <u>LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Causas que dieron origen a la primera guerra mundial. b) Crisis internacionales de las entonces grandes potencias. c) Características del sistema de alianza. d) Principales tratados de paz entre países aliados.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
7	Analizará las causas que originaron la segunda guerra mundial y su influencia en la sociedad actual.	<p>VII <u>DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL A LA ACTUALIDAD</u></p> <ul style="list-style-type: none">a) Causas y factores que influyeron en el derrumbamiento de algunas potencias.b) Efectos psicosociales de la segunda guerra mundial.c) Los diferentes convenios de paz, el surgimiento de organizaciones mundiales y polarización del mundo.d) Algunas formas de internacionalismo.e) Características generales de la sociedad mundial de nuestros días.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Investigaciones documentales.
- Discusiones dirigidas.
- Control de lecturas.

BIBLIOGRAFIA
B A S I C A

CHATELET, Francois. Historia de las ideologías. De la Iglesia al Estado. Ed. Premia, s.e., México, 1981.

MC NALL BRUNS, Edwar. Civilizaciones de occidente. Su historia y su cultura. s. E., s.e., Buenos Aires, s.f.

WEBER, Alfred. Historia de la cultura. Ed. Fondo de cultura económica, s.e., México, 1979.

C O M P L E M E N T A R I A

CHATELET, Francois. Historia de las civilizaciones. Saber y Poder. Ed. Premia, s.e., México, 1981.

CHATELET, Francois. Historia de los mundos divinos. Ed. Premia, s.e., México, 1981.

EVALUACION DEL CURSO

- Investigación documental. 10%
- Participaciones. 20%
- Exámenes parciales. 30%
- Examen final. 40%



1. ASIGNATURA TEORIA DE LA COMUNICACION I

2. CICLO 2º SEMESTRE

3. CLAVE 0211

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6


6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso el alumno:
Analizará las propuestas del funcionalismo, estructuralismo y materialismo en relación a la comunicación.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Se relaciona directamente con la especialización profesional, lo cual implica el conocimiento de las diferentes teorías de la comunicación.


Dr. José Luis Sánchez Macías.
9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO



NO. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
20	Analizará los teóricos del funcionalismo, así como sus características en relación a la comunicación.	<p>I. <u>FUNCIONALISMO Y COMUNICACION</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Características e importancia b) Paul Lazarsfeld c) Harold Laswell d) Kurt Lewin e) Carl Hovland f) Robert Merton g) Roman Jakobson h) Joseph T. Klapper i) Bernard Berelson j) Wilbur Schramm
14	Describirá las características y teóricos más importantes del estructuralismo enfocado al estudio de la comunicación.	<p>II. <u>ESTRUCTURALISMO Y COMUNICACION</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) El modelo estructural b) Abraham Moles c) Roland Barthes d) Levi Strauss e) Umberto Eco f) J. A. Paoli
14	Analizará las características de los teóricos de la corriente materialista acerca de la comunicación.	<p>III. <u>MATERIALISMO Y COMUNICACION</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Principios básicos b) Hund D. Wulf c) Hans Magnus Enzemberger d) Edgar Morin e) Antonio Pascuali f) Armand Mattelart



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Participación en foros de exposición y discusión.
- Elaborará reportes de lectura.

IND. DOMESTICAL

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

- PAOLI, J.A. Comunicación e información. (Perspectivas teóricas). Ed. Trillas, s.e., México, 1983.
- SCHRAM, Wilbur. La ciencia de la comunicación humana. Ed. Trillas, s.e., s.l., s.f.
- TAUSSAINT, Florence. Crítica de la información de masas. Ed. Trillas, s.e., México, 1981.

EVALUACION DEL CURSO

- Reportes de lectura. 20%
- Participación en foros de exposición y discusión. 20%
- Examen parcial. 30%
- Examen final. 30%



1. ASIGNATURA SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION

2. CICLO 2º SEMESTRE

3. CLAVE 0212

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará la relación entre la sociedad y sus sistemas de comunicación, así como los progresos logrados por la investigación en el campo de la comunicación colectiva.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Apoyo para la comprensión de la problemática social, contribuyendo a la modificación de las actuales prácticas de comunicación existentes.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
10	Analizará los conceptos básicos de la sociología de la comunicación así como su surgimiento y evolución.	<u>I SOCIOLOGIA Y COMUNICACION COLECTIVA</u> a) Concepto de sociología de la comunicación b) Surgimiento y evolución de los medios de comunicación colectiva. c) Comunicación colectiva y ciencias sociales
22	Analizará las características de las diferentes teorías que sustentan la comunicación colectiva.	<u>II DIFERENTES ENFOQUES EN EL ESTUDIO DE LA COMUNICACION COLECTIVA</u> a) Funcionalismo b) Estructuralismo c) Marxismo d) Alternativa (Propuesta para América Latina)
16	Analizará las características de la comunicación colectiva en México.	<u>III LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA EN MEXICO</u> a) Surgimiento y evolución de los medios de comunicación colectiva en México. b) Fuentes de estudio de la comunicación colectiva en México. c) Aportaciones de la sociología de la comunicación en México.



UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Realizará investigación documental.
- Participará en exposiciones y discusiones.
- Elaborará un ensayo.

BIBLIOGRAFIA B A S I C A

MORAGAS, M. Teorías de la comunicación. Ed. Gustavo Gili, s.e., s.l., s.f.

S.a. Los medios de difusión masiva en México. Ed. Juan Pablos, s.e., México, 1975.

WRIGHT, Charles R. Comunicación de masas. Ed. Paidós Studio., s.e., México, 1986.

C O M P L E M E N T A R I A

BELTRAN R., N.Y. Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina. Ed. Nueva Imagen, s.e., -
Argentina, 1979.

EVALUACION DEL CURSO

- Reportes de investigación documental. 10%
- Participación en exposiciones y discusiones. 10%
- Ensayo. 20%
- Exámenes parciales. 40%
- Examen final. 20%

BIBLIOGRAFIA

C O M P L E M E N T A R I A .

- PRIETO, D. El estudio de la comunicación en México. Ed. UAM Xochimilco., s.e., México, 1979.
- PRIETO, D. Discurso autoritario y comunicación alternativa. Ed. Edicol. s.e., México, 1980.



1. ASIGNATURA PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION

2. CICLO 2º SEMESTRE

3. CLAVE 0213

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
4	-	4	8

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará los elementos que conforman a la persuasión como requisito indispensable para el diseño de mensajes.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Indice en la interdisciplinariedad permitiendo una mayor solvencia profesional y una concepción más cabal, integral y actualizada de la comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
14	Aplicará los elementos que inciden en el proceso de comunicación interpersonal.	<p><u>I. COMUNICACION PERSUASIVA</u></p> <p>a) Comunicación persuasiva</p> <p>b) Variables de las personas en el proceso de persuasión.</p> <p>c) Variables del mensaje</p> <p>d) Estrategias del mensaje para tener éxito</p> <p>e) La comunicación no verbal</p> <p>f) Utilización de la comunicación no verbal.</p>
22	Analizará el papel de la persuasión como medio de propaganda.	<p><u>II PROPAGANDA</u></p> <p>a) Diferencias del poder persuasivo que tienen los medios de comunicación.</p> <p>b) Características del contenido del mensaje</p> <p>c) Clima de opinión</p> <p>d) Alma colectiva</p> <p>e) Las comunicaciones de masas en las campañas políticas.</p> <p>f) Goebbels y sus principios propagandísticos.</p> <p>g) La propaganda Nazi</p>
28	Analizará los factores que influyen en el subconsciente del consumidor de tal manera, que el mensaje no sólo queda impreso en la mente, sino que <u>lle</u> gue a cristalizar en la compra.	<p><u>III PUBLICIDAD</u></p> <p>a) Color, forma y tamaño</p> <p>b) Teorías sobre la motivación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teoría hedonista - Teoría del instinto - Teoría cognoscitiva - Teoría de la disonancia - El psicoanálisis <p>c) Explotación del proceso de la motivación</p> <p>d) Factores que influyen en la respuesta a un anuncio</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención - Percepción - Implicación - Credibilidad - Recordación



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Diseño de publicidad
- Debates
- Mesas redondas
- Estudio de casos

BIBLIOGRAFIA
B A S I C O

- DURAN, Alfonso. Psicología de la publicidad y de la venta. Ed. CEAC, s.e., España, 1982.
- LERNINGER, O. Diseños para una comunicación persuasiva. Ed. El manual moderno, s.e., México, 1979.
- SCHRAM, Wilbur. La comunicación humana. Ed. Trillas, s.e., s.l., s.f.

C O M P L E M E N T A R I A.

- BERLO, David K. Proceso de la comunicación. Ed. Ateneo., s.e., Argentina., 1973.
- FORGUS, R. Percepción. Ed. Trillas., s.e., México., 1976.

.EVALUACION DEL CURSO

- Participación en clase 10%
- Diseño de publicidad 20%
- Examen parcial 30%
- Examen final 40%



1. ASIGNATURA FOTOGRAFIA II

2. CICLO 2º SEMESTRE

3. CLAVE 0214

4. SERIACION 0107

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
1	4	5	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 80

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Aplicará el proceso de toma, revelado e impresión de fotografía en color.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Coadyuva al logro de una auténtica formación profesional, proporcionando los conocimientos necesarios para introducirlo a la temática específica de su ámbito profesional.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
10	Aplicará la técnica de fotografía en blanco y negro.	I <u>PELICULA EN BLANCO Y NEGRO</u> a) Periodística b) En publicidad c) En la enseñanza
10	Analizará los elementos que deben tomarse en cuenta para la fotografía en color.	II <u>ELEMENTOS DE LA FOTOGRAFIA EN COLOR</u> a) Equilibrio b) Ritmo c) Volumen d) Diafragma y opturador e) Encuadre
25	Aplicará las técnicas de revelado e impresión de película en color.	III <u>PELICULA A COLOR</u> a) Revelado de película b) Impresión y revelado a color c) Diapositivas d) Técnicas en laboratorio <ul style="list-style-type: none"> - solarización - alteraciones - fantasías con filtros - duplicación de diapositivas

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
15	Analizará la influencia de la luz en la fotografía	<p><u>IV LA LUZ EN COLOR</u></p> <p>a) Natural: de día de noche exterior interior</p> <p>b) Artificial: iluminación el flash</p> <p>c) Exposímetro</p>
20	Realizará prácticas en los campos más comunes del quehacer fotográfico.	<p><u>V LA FOTOGRAFIA COMO DOCUMENTO</u></p> <p>a) Familiar</p> <p>b) Enseñanza</p> <p>c) Promocional</p> <p>d) Documento social</p> <p>e) Periodístico</p> <p>f) Publicitario</p>



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Discusiones en grupo
- Prácticas de fotografía

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- HEDGECOEY KNOF, John. The photographes's. Ed. Knopf, s.e., New York, 1981
- KODAK COMPANY. El placer de fotografiar creativamente. Ed. Folio, s.e., España, 1981.
- MARSHALL, Hugh. Diseño fotográfico. Manuales de Diseño. S.E., s.e., España, 1990.

COMPLEMENTARIA

- MALAGON, Beatriz. Fotografía básica blanco y negro. Ed.UAM, s.e., México, 1990.

EVALUACION DEL CURSO

- Prácticas fotográficas. 50%
- Participación y discusiones. 10%
- Examen parcial. 20%
- Examen final. 20 %



1. ASIGNATURA TEORIA DEL LENGUAJE

2. CICLO 3er SEMESTRE

3. CLAVE 0315

4. SERIACION 0101

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	4	6	8

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 96

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Diseñará textos que contengan los elementos lingüísticos que conforman los diferentes tipos de discurso.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Dota al estudiante de los conocimientos básicos del lenguaje, posibilitando un adecuado ejercicio profesional en el campo de la comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
30	Analizará los diferentes elementos que intervienen en el signo.	<p>I <u>EL SIGNO</u></p> <p>a) Diferentes conceptos de signo: - Ferdinand de Saussure - Gottlob Frege - Charles S. Peirce</p> <p>b) Naturaleza del signo lingüístico - signo, significante y significado.</p> <p>c) Arbitrariedad del signo lingüístico.</p> <p>d) Carácter lineal del significante.</p> <p>e) Inmutabilidad.</p> <p>f) Mutabilidad:</p> <p>g) Paradigma y sintagma.</p> <p>h) Qué es el significado. - análisis del significado según (Ogden y Richards Morris). - análisis de las palabras según su ubicación en la frase (Wittgstein, Malinowski) - hipótesis sapir-whorf</p> <p>i) Dualidad del significado.</p>
30	Analizará las características que dan lugar a la significación.	<p>II <u>LA SIGNIFICACION</u></p> <p>a) La significación: - la función - semántica.</p> <p>b) Sentidos y efectos de sentido.</p> <p>c) Creación semántica.</p> <p>d) Evolución semántica.</p> <p>e) Cambios de sentido: - causas y formas.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMÁTICO
36	Analizará las características de los distintos tipos de discurso.	III <u>EL DISCURSO</u> a) Carga semántica ideológica en las palabras (signos) b) El discurso. c) Partes que lo integran d) Análisis desde la perspectiva social. e) Discurso e institución. f) Discurso y significación. g) Discurso y poder. h) El discurso y la ciudad. i) El discurso urbano j) El discurso político.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Ejercicios de lectura y redacción.
- Debates.
- Mesas redondas.
- Diseño de discursos.

BIBLIOGRAFIA
B A S I C A

- DE SAUSSURE, Ferdinand. Curso de lingüística general. Ed. Fontamara, s.e., s.l., s.f.
- GUIRAUD, Pierre. La semántica. Ed. Fondo de cultura económica., s.e., México, 1982.
- PAOLI, Antonio, et al. Comunicación publicitaria. Ed. Trillas, s.e., México, 1988.

EVALUACION DEL CURSO

- Reportes de lectura. 10%
- Participación en clase. 10%
- Diseño de discursos. 40%
- Examen parcial. 20%
- Examen final. 20%



1. ASIGNATURA METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION II

2. CICLO 3er SEMESTRE

3. CLAVE 0316

4. SERIACION 0209

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Aplicará los métodos y técnicas de investigación en una situación real.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Coadyuva al logro de una actitud creativa e innovadora, posibilitando el aprendizaje por descubrimiento.

Dr. José Luis Sánchez Macías.
9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
6	Analizará la investigación histórica como parte del trabajo del comunicador.	<u>I INVESTIGACION HISTORICA</u> a) Fines de la investigación histórica. b) Etapas del proceso de investigación. c) La investigación histórica como parte del trabajo del comunicador.
13	Elaborará un proyecto de investigación descriptiva.	<u>II INVESTIGACION DESCRIPTIVA</u> a) Fines de la investigación descriptiva. b) Tipos de investigación - encuesta - correlación - desarrollo. c) Etapas del proceso de investigación. d) La investigación descriptiva como parte del trabajo del comunicador.
15	Analizará la investigación experimental como parte del trabajo del comunicador.	<u>III INVESTIGACION EXPERIMENTAL</u> a) Fines de la investigación experimental. b) Tipos de investigación de acuerdo al control. c) Etapas del proceso de la investigación. d) La investigación experimental como parte del trabajo del comunicador.
14	Elaborará instrumentos de investigación.	<u>IV TECNICAS (INSTRUMENTOS) DE RECOPIACION PARA LA OBTENCION DE DATOS.</u> a) Observación ordinaria y participante. b) Entrevista estructurada o dirigida. c) Encuesta. d) Diseño del cuestionario. e) Cédula de entrevista. f) Proceso para cerrar y codificar las preguntas -

No. HORAS
ESTIMADAS

OBJETIVOS DE UNIDAD

CONTENIDO TEMÁTICO

abiertas.

g) Escalas de actitudes.

h) Prueba de los instrumentos para recolectar
la información.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación documental.
- Participación en clases.
- Análisis de casos.
- Elaboración de un proyecto de investigación.
- Elaboración de instrumentos de investigación.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

- ANDER-EGG, Ezequiel. Introducción a las técnicas de investigación social. Ed. Humanistas, s.e., Argentina, 1979.
- BAENA PAZ, Guillermina. Instrumentos de investigación. Ed. Editores Mexicanos Unidos, s.e., México, 1984.
- BRIONES, Guillermo. Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales. Ed. Trillas, s.e., México, 1982.
- TAMAYO TAMAYO, Mario. El proceso de la investigación científica, fundamentos de investigación. Ed. Limusa, s.e., - México, 1984.

C O M P L E M E N T A R I A

- CERVO, et al. Metodología científica. Ed. Mc Graw Hill, s.e., s. l., s. f.

EVALUACION DEL CURSO

- Elaboración de un proyecto de investigación. 30%
- Elaboración de instrumentos de medición. 30%
- Examen parcial. 20%
- Examen final. 20%

BIBLIOGRAFIA

C O M P L E M E N T A R I A

GARZA MERCADO, Ario. Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales. Ed.

Harla, s.e., s. l., s. f.

ROJAS SORIANO, Raúl. Teoría e investigación militante. Ed. Plaza y Valdez, s.e., s. l., s. f.



1. ASIGNATURA TEORIA DEL PERIODISMO IMPRESO

2. CICLO 3er SEMESTRE

3. CLAVE 0317

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
4	-	4	8

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará las funciones del periodismo, su temática, forma, estilo y método de trabajo.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Posibilita el logro de una sólida formación profesional, la cual exige un análisis de las funciones e implicaciones de las actividades del comunicador.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

8

Analizará las funciones del periodismo en México.

- I COMUNICACION IMPRESA
- a) El periodismo en México
 - b) Funciones del periodismo
 - c) La cuartilla periodística
 - d) Deberes del periodismo
 - e) Terminología periodística

10

Identificará las funciones de las diferentes fuentes generadoras de información.

- II FUENTES DE INFORMACION
- a) Agencias de noticias
 - b) Instituciones (boletines)
 - c) Corresponsales
 - d) Agencias internacionales
 - e) Banco de datos.

10

Identificará los elementos y procedimientos de -- trabajo de un periódico.

- III ELEMENTOS QUE CONFORMAN UN PERIODICO
- a) Fotografía en medios impresos
 - b) Tipos y diagramas
 - c) Publicidad en medios impresos
 - d) Tarifas y datos en medios impresos
 - e) Fichas hemerográficas
 - f) Sistema operativo de un periódico.

8

Conocerá el procedimiento legal para registrar un periódico, así como el funcionamiento de algunos de ellos.

- IV FUNCIONAMIENTO DEL PERIODICO
- a) Registro e identificación de un periódico
 - b) Funcionamiento de cinco periódicos mexicanos: Excelsior, Novedades, Uno más Uno, La Jornada y El Dictamen.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
14	Analizará diversos generos periodísticos a partir de sus características y funciones.	V <u>GENEROS PERIODISTICOS I</u> a) Noticia y reportaje b) Nota informativa c) Nota policiaca d) Nota deportiva e) Nota bibliográfica y necrológica
14	Analizará diversos géneros periodísticos a partir de sus características y funciones.	VI <u>GENEROS PERIODISTICOS II</u> a) Entrevista y la crónica b) Conferencia de prensa c) Columna y editorial d) Artículo y ensayo e) Clasificación de artículos.

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación bibliográfica y hemerográfica
- Mesas redondas
- Exposiciones y discusiones individuales o en equipo
- Análisis de notas
- Prácticas de redacción
- Organigrama de un periódico

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

FRASER, Bon. Introducción al periodismo. Ed. Limusa, s.e., México, 1969.

RIVADENEIRA, Raúl. Periodismo. Ed. Trillas, s.e., México, 1985.

VIVALDI M., Gonzalo. Géneros periodísticos. Ed. Primas/Paraninfo, s.e., s. l., s. f.

EVALUACION DEL CURSO

- Reportes de lectura. 10%
- Participación en exposiciones y discusiones. 20%
- Trabajos. 30%
- Examen parcial. 20%
- Examen final. 20%



1. ASIGNATURA TEORIA DE LA COMUNICACION II

2. CICLO 3er SEMESTRE

3. CLAVE 0318

4. SERIACION 0211

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso el alumno:

Analizará los conceptos de la comunicación que permanentemente se ven implicados en las propuestas del funcionalismo, estructuralismo y materialismo.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Se relaciona directamente con la especialización profesional, lo cual implica el análisis de las diferentes formas en que se establece la comunicación.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
10	Analizará las características que identifican a la comunicación no verbal.	I <u>COMUNICACION NO VERBAL</u> a) Definición y concepto. b) Para lenguaje. c) Comportamiento kinésico. d) Olfato. e) Uso de artefactos.
12	Comprenderá los lineamientos de la comunicación -- intermedia para llevarlos a efecto y experimentar resultados.	II <u>COMUNICACION INTERMEDIA</u> a) Características generales. b) Clases de auditorio. c) Clases de mensajes. d) Canales de comunicación.
13	Analizará las características que integran la comunicación política.	III <u>COMUNICACION POLITICA</u> a) Origen y desarrollo. b) Características generales. c) Actividades y funciones. d) Ventajas y desventajas en la sociedad.
13	Analizará las características que integran la comunicación alternativa.	IV <u>COMUNICACION ALTERNATIVA</u> a) Definición. b) El contexto histórico social. c) El concepto comunicación popular. d) Extensionismo (comunicación rural).

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
C O L Ó N

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Análisis de ejemplos reales (casos prácticos)
- Investigaciones documentales.
- Participación en foros de exposición y debates.
- Mesas redondas.

BIBLIOGRAFIA
B A S I C A

- FAGEN, Richard R. Política y comunicación. Ed. Paidós, s.e., Argentina, 1969.
- PRIETO, Daniel. Discurso autoritarismo y comunicación alternativa. Ed. Edicol, s.e., México, 1980.
- PRIETO, Daniel. La comunicación alternativa. Ed. UAM Xochimilco, s.e., México, 1983.
- REED H. Blake, et al. Taxonomía de conceptos de la comunicación. Ed. Nuevomar, s.e., México, 1977.

C O M P L E M E N T A R I A

- CARUSO, Paolo. Conversaciones con Levi-Strauss, Foucault y Lacan. Ed. Anagrama., s.e., España. 1969.

EVALUACION DEL CURSO

- Reportes de investigaciones. 10%
- Análisis de casos prácticos. 30%
- Participación en foros y mesas redondas. 20%
- Examen parcial. 20%
- Evaluación final. 20%



1. ASIGNATURA FILOSOFIA DE LA COMUNICACION

2. CICLO 3er SEMESTRE

3. CLAVE 0319

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

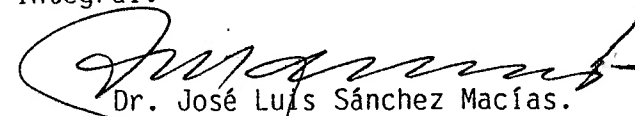
6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará las principales concepciones filosóficas acerca del conocimiento de la naturaleza y las transformaciones del pensamiento, así como la vinculación que tienen en la Edad Contemporánea con las ciencias de la comunicación.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Al proporcionar el bagaje epistemológico propio de uno de los ámbitos fundamentales de la comunicación, permite el desarrollo de una formación profesional e integral.

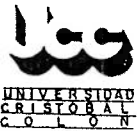

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
8	Reconocerá la serie de relaciones y diferencias que existen entre los problemas fundamentales abordados por las disciplinas filosóficas, en cuyo marco queda delimitado el propósito de la filosofía.	<p><u>I INTRODUCCION, NATURALEZA Y FINES</u></p> <p>a) Definiciones de Filosofía</p> <p>b) Justificación de las distintas disciplinas filosóficas.</p> <p>c) Lógica, epistemología y filosofía de la comunicación.</p> <p>d) Metafísica, ontología y ética.</p> <p>e) Filosofía del lenguaje y filosofía de la historia</p> <p>f) Filosofía y ciencias particulares.</p>
10	Analizará las corrientes y doctrinas filosóficas del pensamiento griego.	<p><u>II EL PENSAMIENTO GRIEGO</u></p> <p>a) La cosmovisión presocrática.</p> <p>b) Origen y orden de la naturaleza (Escuela de Mileto)</p> <p>c) La razón, el devenir y el hombre. (Heráclito, Parménides y Empedocles).</p> <p>d) Los primeros filósofos griegos.</p> <p>e) La filosofía clásica.</p> <p>f) El animal racional y político (Aristóteles).</p> <p>g) La filosofía Helenística.</p> <p>h) La crisis de la polis</p> <p>i) El cosmopolitismo.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMÁTICO
8	<p>Identificará las características dominantes del pensamiento medieval y moderno así como sus principales categorías que definieron a la naturaleza humana.</p>	<p><u>III CONCEPTO DE NATURALEZA EN EL PENSAMIENTO</u></p> <p>a) Caracterización de la filosofía medieval. b) La Escolástica. c) Teología y Filosofía. d) La filosofía en la Edad Moderna. e) La verdad discursiva y la verdad intuitiva. f) La intuición intelectual, emotiva y volitiva. g) Realismo y nominalismo</p>
10	<p>Analizará el origen y desarrollo de la filosofía moderna en la dinámica del saber a través de sus principales orientaciones.</p>	<p><u>IV FILOSOFIA Y LA DINAMICA DEL SABER</u></p> <p>a) La filosofía moderna y la evolución del conocimiento. b) Fenomenología del conocimiento. c) Racionalismo y Empirismo. d) El hombre como sustancia pensante y como sustancia extensa. e) Razón, moral y sociedad. f) La Ilustración. g) La idea de progreso. h) El idealismo Alemán.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Analizará la filosofía en el mundo contemporáneo y su vinculación con las ciencias involucradas - en el campo de la comunicación	<p>V <u>LA FILOSOFIA EN EL MUNDO CONTEMPORANEO</u></p> <ul style="list-style-type: none">a) Panorama General.b) Historicismos y filosofía de la vida.c) Materialismo histórico y dialéctico.d) La filosofía de los valores.e) El positivismo y la corriente funcionalista.f) El problema de la existencia.g) El neohumanismo.h) Estructuralismo, posestructuralismo y posmodernismo.i) Fenomenología y comunicación.j) Filosofía y las ciencias de la comunicación.



UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Análisis de textos.
- Lecturas comentadas.
- Debates.
- Investigación documental.

BIBLIOGRAFIA

BASICA

- ABBAGNANO, N. Historia de la filosofía. 4 Volúmenes. Ed. Espasa-Calpe, s.e., España, s.f.
- AFANASIEV, VICTOR. Manual de la filosofía marxista. s. E., s.e., España, s.f.
- KIRK Y RAVEN. Los filósofos presocráticos. Ed. Gredos, s.e., s.l., s.f.

EVALUACION DEL CURSO

Participaciones en clase	10%
Reporte de lectura	10%
Entrega de trabajos de investigación	20 %
Evaluación parcial	30%
Evaluación final	30 %

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
10	Identificará los tipos de visualizaciones gráficas más comunes.	<p>I <u>VISUALIZACIONES GRAFICAS</u></p> <p>a) El valor de la imagen en el contexto de la comunicación.</p> <p>b) El boceto.</p> <p>c) El original.</p> <p>d) La fotografía.</p> <p>e) La ilustración.</p>
4	Identificará los materiales y equipo necesario para la impresión.	<p>II <u>MATERIALES Y EQUIPO</u></p> <p>a) Accesorios básicos.</p> <p>b) Instrumentos manuales.</p> <p>c) Plantillas.</p> <p>d) Superficies y adhesivos.</p>
10	Examinará los elementos más importantes para la preparación de un diseño.	<p>III <u>PREPARACION DE LOS ELEMENTOS DE UN DISEÑO</u></p> <p>a) Uso del equipo de dibujo.</p> <p>b) Retículos.</p> <p>c) Cálculo de texto.</p> <p>d) Rotulación a mano.</p> <p>e) Ajuste del tamaño de las imágenes.</p>
10	Experimentará las diferentes clases de efectos y los materiales con que estos se logran.	<p>IV <u>CREACION DE EFECTOS</u></p> <p>a) Plumaz y efectos tonales.</p> <p>b) Papeles y gamas de trama.</p> <p>c) Efectos fotográficos.</p> <p>d) Efectos impresos.</p> <p>e) Negro y Barniz.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
10	Distinguirá el montaje dentro del proceso de impresión.	<u>V MONTAJE</u> a) Posicionamiento. b) Preparación del arte final. c) Protección del arte final. d) Arte final con separación de colores. e) Guías de corte. f) Reparaciones.
6	Analizará la importancia de la fotomecánica así como sus técnicas y procedimientos.	<u>VI LA TIPOGRAFIA Y EL PASTE UP</u> a) ¿Qué es, para que sirve? b) Tipos de paste up. c) Técnica para calcularlos.
6	Analizará la técnica y procedimiento de la fotomecánica, su importancia y aplicabilidad.	<u>VII FOTOMECANICA</u> a) Técnica. b) Práctica.
10	Analizará las características y aplicación de las técnicas de impresión.	<u>VIII PROCESO DE IMPRESION</u> a) Introducción a la impresión. b) Impresión a 1, 2, 3 y 4 colores. c) Pruebas. d) El offset. e) Serigrafía. f) Grabado. g) Huecograbado. h) Las nuevas técnicas.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
14	Analizará algunos casos de procesos de impresión en formatos relacionados con la comunicación.	IX <u>CASOS DE ESTUDIO</u> a) Boletín publicitario. b) Cartel en serigrafía. c) Folleto a 3 colores. d) Comic e) Cartel con collage de imprenta. f) Folleto a todo color.

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
C O L Ó N

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación documental.
- Debate en grupo.
- Aplicación de las técnicas a problemas que el maestro proponga

BIBLIOGRAFIA
B A S I C A

- HARTLEY E., Jackson. Introducción a la práctica de las artes gráficas. Ed. Trillas, s.e., s. l., 1990.
- MARCH, Marion. Tipografía creativa. Manuales de Diseño, s. E., s.e., España, 1989.
- SWAN, Alan. Bases del diseño gráfico. Ed. Gustavo Gili, s.e., s. l., 1990.

EVALUACION DEL CURSO

- Investigación documental. 10%
- Ejercicios. 20%
- Examen parcial. 35%
- Examen final. 35%



1. ASIGNATURA COMPUTACION I

2. CICLO 3er SEMESTRE

3. CLAVE 0321

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al terminar el curso el alumno:

Aplicará el procesador de palabras, hoja electrónica de cálculo y base de datos, en los diferentes usos en los medios de comunicación, a partir del conocimiento de los elementos y principios fundamentales -- para el manejo de una computadora.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Coadyuva al logro de una auténtica formación profesional como herramienta de apoyo para introducirlo a su ámbito profesional.

Dr. José Luis Sánchez Macías.
9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

NO. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
3	Conocerá la evolución de las máquinas de cálculo hasta la computadora moderna: personal y corporativa.	I. <u>HISTORIA DE LA COMPUTACION</u> a) Evolución. b) Importancia en el entorno actual.
6	Comprenderá los fundamentos de los sistemas de - máquinas computadoras y su aplicabilidad.	II <u>INTRODUCCION A LA COMPUTACION</u> a) Proceso de datos. b) Hardware y software. c) Lenguajes utilizados en las computadoras. d) Principales aplicaciones en la comunicación. e) Paquetes de aplicación.
5	Comprenderá las funciones más importantes de una máquina computadora.	III <u>MAQUINA COMPUTADORA</u> a) Componentes de una computadora. b) Conceptos del sistema binario. c) Clasificación de la computadora: micro, mini y mainframe d) Medios de almacenamiento externo. e) Periféricos diversos. f) Comunicaciones de las computadoras: Modems, Redes, Satélite.
10	Ejecutará en tareas concretas el sistema operativo Dos y el Windows.	IV <u>INTRODUCCION AL SISTEMA OPERATIVO DOS Y AL WINDOWS</u> a) Sistema operativo. b) Comandos básicos. c) Manejo de subdirectorios d) Descripción de windows e) Uso básico de windows

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
16	Aplicará adecuadamente el procesador de palabras.	<p>V. <u>PROCESADORES DE PALABRAS</u></p> <p>a) Descripción y objetivos.</p> <p>b) Principales funciones.</p> <p>c) Campos de aplicación.</p> <p>d) Manejo de los procesadores de works</p>
16	Empléará el sistema de hojas electrónicas a diferentes situaciones.	<p>VI <u>HOJAS ELECTRONICAS</u></p> <p>a) Descripción y objetivos.</p> <p>b) Principales funciones.</p> <p>c) Campo de aplicación.</p> <p>d) Manejo de la hoja electrónica de works y el paquete Microsoft-Works.</p>
8	Aplicará el uso de la base de datos a problemas - diversos de clasificación de la información.	<p>VII <u>BASE DE DATOS</u></p> <p>a) Descripción y objetivos.</p> <p>b) Principales funciones.</p> <p>c) Campos de aplicación.</p> <p>d) Manejo de la base de datos de works.</p>

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLOÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Prácticas en una P.C.
- Ejercicios con procesadores de palabras.
- Ejercicios con una hoja electrónica.
- Participación.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A.

LONG. Introducción a la informática y al procesamiento de la información. Ed. Prentice-Hall., s.e., s.l., s.f.

Manual del sistema operativo - DOS.

Manual de referencia del paquete MICROSOFT-WORKS.

EVALUACION DEL CURSO

- Participación. 10%
- Entrega de ejercicios. 50%
- Examen parcial. 20%
- Examen final. 20%



1. ASIGNATURA SEMIOTICA

2. CICLO 4º SEMESTRE

3. CLAVE 0422

4. SERIACION 0315

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	2	5	8

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 80

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará las bases teóricas de la semiótica en el lenguaje publicitario, literario y del cómic.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Incide en el desarrollo de la habilidad del razonamiento analítico, además de una adecuada comprensión de su actividad profesional.

Dr. José Luis Sánchez Macías.
9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
8	Analizará el objeto de estudio de la Semiótica.	I <u>LA SEMIOTICA</u> a) Objeto de estudio. b) Semiótica y Semiología. c) Límites de estudio.
20	Analizará los diferentes tipos de mensaje en un manifiesto publicitario.	II <u>EL ANUNCIO PUBLICITARIO</u> a) Estructura lingüística del anuncio publicitario. b) Nivel fonológico. c) Nivel morfosintáctico. d) Nivel Lexicosemántico. e) La marca. f) Estructura retórica del anuncio publicitario. g) Mensaje referencial. h) Publicidad de presentación. i) Publicidad de exposición j) Publicidad de extensión. k) Publicidad de calificación: metáfora, metonimia y sinécdoque. l) Mensaje implicativo del anuncio publicitario. m) El discurso. n) El relato. o) Configuración poética.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
20	Aplicará los principales elementos en el análisis de una obra literaria.	<p>III <u>LENGUAJE LITERARIO</u></p> <p>a) Literatura como sistema.</p> <p>b) Concepción semiótica de la literatura.</p> <p>c) Bases del análisis semiótico.</p> <p>d) Códigos estadísticos: subcódigos estadísticos y registros del discurso.</p> <p>e) Códigos actanciales</p> <p>f) Códigos técnico-narrativos: Código temporal, representativo y de la narración.</p> <p>g) Códigos paraliterarios: temáticos e ideológicos.</p>
20	Analizará los elementos constitutivos del Cómic	<p>IV <u>EL COMIC</u></p> <p>a) Premisas para la semiología del cómic.</p> <p>b) Lenguaje del cómic:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La nubecilla. - Gramática del encuadre. - Recursos onomatopéyicos. - Montaje. - Continuum. - Estereotipos <p>c) Oposición entre literatura clásica y literatura popular.</p> <p>d) Estructura y efecto</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Analizará los elementos que estructuran al lenguaje literario.	V <u>EL LENGUAJE CINEMATOGRAFICO</u> a)La sociabilidad. b)La plurisituasionalidad. c)El montaje. d)El color. e)El movimiento. f)El actor. g)El sonido.



UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
C O L O N

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Revisión bibliográfica.
- Análisis de textos.
- Discusión individual y por equipos.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

- DE DIOS, ANGEL MARCOS. Fundamentos y técnicas del análisis literario. Ed. Gredos. España, 1989.
- S.a. Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Ed. Lumen, España, 1975.
- PAOLI, ANTONIO Y GONZALEZ, CESAR. Comunicación publicitaria. Ed. Trillas, México, 1988.

EVALUACION DEL CURSO

- | | |
|---|-----|
| -Investigación documental | 10% |
| -Participación individual y por equipos | 10% |
| -Análisis de textos | 30% |
| -Examen parcial | 25% |
| Examen Final | 25% |



1. ASIGNATURA COMUNICACION ORGANIZACIONAL

2. CICLO 4o. SEMESTRE

3. CLAVE 0423

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Analizará la formulación de procesos y resolución de problemas específicos de comunicación al seno de las organizaciones sociales.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Permite desarrollar habilidades y destrezas en el diseño y la evaluación de proyectos de comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Explicará las funciones de la comunicación organizacional, que facilitan la cohesión de todo organismo social.	<p>I <u>COMUNICACION ORGANIZACIONAL</u></p> <p>a) La comunicación como factor cinético de todo organismo social.</p> <p>b) Concepto de comunicación organizacional.</p> <p>c) La comunicación organizacional: algunas tendencias nuevas.</p> <p>d) Flujo de mensajes en la comunicación organizacional.</p> <p>e) La interacción como transmisión de información y la organización.</p> <p>f) Modelo de decisiones organizacionales.</p>
12	Identificará los diversos niveles jerárquicos que se dan en el proceso de comunicación organizacional.	<p>II <u>LA DIRECCION DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL</u></p> <p>a) Comunicaciones monodireccionales y bidireccionales.</p> <p>b) Características generales de la comunicación vertical ascendente.</p> <p>c) Características generales de la comunicación vertical descendente.</p> <p>d) Comunicaciones horizontales.</p> <p>e) Efectos de la jerarquía en la comunicación.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Describirá las distintas formas en que se dá la - comunicación organizacional para la toma de decisiones.	<p>III <u>NATURALEZA DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y LA TOMA DE DECISIONES</u></p> <p>a) Teorías de la organización y sus implicaciones para la comunicación.</p> <p>b) La escuela clásica y la escuela conductista.</p> <p>c) Cuando emplear la toma de decisiones en grupo.</p> <p>d) La toma de decisiones como proceso.</p> <p>e) Las reuniones como comunicación.</p>
12	Analizará al conflicto como factor preponderante de desintegración y sus efectos en la comunicación organizacional.	<p>IV <u>EL CONFLICTO Y LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL</u></p> <p>a) Concepto tradicional y contemporáneo del conflicto.</p> <p>b) Tipos de conflicto</p> <p>c) Conflicto interpersonal.</p> <p>d) Conflicto organizacional.</p> <p>e) Estrategias de comunicación organizacional, para el manejo del conflicto.</p> <p>f) Estrategias de comunicación organizacional para la integración.</p> <p>g) Evaluación del proceso de comunicación organizacional.</p>



UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Discusiones dirigidas.
- Análisis de textos.
- Trabajos de investigación documental.
- Estudio de casos.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

BERTOGLIO, J. Oscar. Las comunicaciones y la conducta de la organización. Ed. Diana, México, 1979.

D'APRIX, Roger. La comunicación clave de la productividad. Ed. Limusa, México, 1986.

TOTELA MYERS, Michel/E. MYERS, Gail. Administración mediante la comunicación. Ed. Mc Graw Hill, México, 1983.

EVALUACION DEL CURSO

Investigación documental	10%
Estudio de casos	40%
Exámenes parciales	25%
Examen final	25%



1. ASIGNATURA TALLER DE PERIODISMO IMPRESO

2. CICLO 4º SEMESTRE

3. CLAVE 0424

4. SERIACION 0317

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	3	5	7

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 80

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará el lenguaje de los diversos géneros periodísticos para optimizar una práctica profesional.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Conjunta conocimientos teórico-prácticos necesarios para un auténtico ejercicio de la comunicación.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
10	Analizará los elementos que identifican al estilo y a los géneros periodísticos.	I <u>ESTILO Y GENEROS PERIODISTICOS</u> a) Lenguaje periodístico. b) Los títulos. c) El estilo. d) Problemas de expresión; las muletillas.
12	Examinará las técnicas necesarias para redactar un reportaje.	II <u>EL REPORTAJE</u> a) Concepto y técnicas. b) El análisis diferencial. c) El gran reportaje. d) Técnicas de estilo en el gran reportaje. e) Excelencia en el reportaje.
12	Investigará el género periodístico denominado crónica.	III <u>LA CRONICA</u> a) Etimología y conceptos. b) Análisis diferencial. c) Las clases de crónicas.
12	Diferenciará al artículo de fondo de los demás géneros periodísticos.	IV <u>EL ARTICULO PERIODISTICO</u> a) Concepto. b) Análisis diferencial. c) Clases de artículos.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
8	Experimentará a través de la práctica el uso de la titulación periodística siguiendo los principios y reglas fundamentales.	V <u>LA TITULACION PERIODISTICA</u> a) Normas generales. b) Principios y reglas. c) Titulación para géneros diversos.
8	Analizará la estrecha relación que existe entre el periodismo y la literatura así como las aportaciones del lenguaje al periodismo.	VI <u>PERIODISMO Y LITERATURA</u> a) Periodismo y lenguaje. b) Problemas del lenguaje al periodismo
8	Diferenciará los tipos de lenguaje empleados en el periodismo impreso.	VII <u>LENGUAJES PERIODISTICOS</u> a) Lenguaje totalitario. b) Lenguaje funcional. c) Lenguaje periodístico.
10	Investigará al original en periodismo impreso para poder llevarlo a la práctica.	VIII <u>PRESENTACION DE ORIGINALES</u> a) Normas básicas. b) Modelos prácticos. c) Modelos de presentación.

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLOÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Prácticas de redacción de géneros periodísticos.
- Análisis de publicaciones periódicas.—
- Debate en grupo.
- Investigación documental.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

FRASER BOND, F. Introducción al periodismo. Ed. Trillas, s.e, México, s. f.

RIVADENEIRA PRADA, Raúl. Periodismo. Ed. Trillas, s.e., México, s. f.

VIVALDI, Gonzalo M. Géneros periodísticos. Ed. Primas Paraninfo, s.e., s. l., s. f.

EVALUACION DEL CURSO

Análisis de publicaciones periódicas. 10%

Investigación documental. 10%

Prácticas de periodismo. 40%

Examen parcial. 20%

Examen final. 20%



1. ASIGNATURA TEORIA DE LA COMUNICACION TELEVISIVA

2. CICLO 4º SEMESTRE

3. CLAVE 0425

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará el desarrollo de la televisión en México y en el mundo; así como los conceptos básicos que intervienen en el proceso de producción de la televisión.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Dota de los elementos teóricos necesarios para una mejor comprensión y fundamentación del análisis de la comunicación.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
5	Describirá la cronología del desarrollo de la televisión en el mundo y en México y su responsabilidad ante la sociedad.	<p>I <u>HISTORIA DE LA TELEVISION</u></p> <p>a) Antecedentes</p> <p>b) Desarrollo en el mundo</p> <p>c) Llegada a México</p>
7	Conocerá los diversos puestos y los distintos departamentos que intervienen en un canal televisivo.	<p>II <u>ORGANIZACION INTERNA DE UNA ESTACION DE TELEVISION.</u></p> <p>a) Departamento de Producción.</p> <p>b) Departamento de Programación.</p> <p>c) Departamento de Administración.</p> <p>d) Departamento de Publicidad y Promoción.</p> <p>e) Departamento de Noticieros.</p>
12	Identificará los procesos técnicos que hacen posible la televisión y sus adelantos tecnológicos en el mundo.	<p>III <u>LA IMAGEN</u></p> <p>a) Concepto de imagen en televisión.</p> <p>b) Cámaras: partes, funciones y cuidados.</p> <p>c) Videograbadoras: sus partes, funciones y cuidados</p> <p>d) Accesorios.</p> <p>e) Sistemas de grabación en el mundo.</p> <p>f) Nuevas tecnologías.</p>
10	Manejará los fundamentos técnicos para la iluminación en televisión.	<p>IV <u>ILUMINACION</u></p> <p>a) La luz</p> <p>b) Captación de la luz</p> <p>c) Medición</p> <p>d) Reflectores, lámparas y accesorios.</p> <p>e) Tipos de iluminación</p>

No. HORAS
ESTIMADAS

OBJETIVOS DE UNIDAD

CONTENIDO TEMATICO

9

Describirá los elementos indispensables para una -
buena sonorización en televisión.

V SONORIZACION

- a) El sonido
- b) Tipos de micrófonos y accesorios
- c) Sonido ambiental y efectos
- d) Colocación para televisión según tipo de programa

5

Detallará los elementos decorativos que integran -
la producción televisiva.

VI ESCENOGRAFIA Y VESTUARIO

- a) Manejo de escenografía y utilería
- b) Vestuario.



UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Visitas a estudios de televisión.
- Visitas a estaciones de televisión.
- Discusión en clase.
- Investigación documental

BIBLIOGRAFIA B A S I C A

- BEAUVAIS, Daniel. Producir en video. Material pedagógico: guía y videocassette . Viedo Tiers Monde, Canadá, 1989.
- LLORENE, S. Televisión una metodología para su aprendizaje. Ed. Gustavo Gili, s.e., España, 1988.
- MEJIA BARQUERA, Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del estado mexicano. Ed. Fundación Buendía, s.e., s. l., 1989.

C O M P L E M E N T A R I A

- CARRANDI, Ortiz, Gabino. Testimonio de la televisión mexicana. Ed. Diana., s.e., México., 1986.
- GONZALEZ, Treviño, Jorge. Televisión: teoría y práctica. Ed. Alhambra., s.e., México., 1983.

EVALUACION DEL CURSO

- Reporte de visitas 20%
- Investigación documental 10%
- Participación en clase 10%
- Examen parcial 30%
- Examen final 30%

BIBLIOGRAFIA

C O M P L E M E N T A R I A

- LLORENC, Soler. La televisión; una metodología para su aprendizaje. Ed. Gustavo Gili., s.e., España., 1988.
- QUIJADA, Soto Miguel. La televisión análisis y práctica de la producción de programas. Ed. Trillas., s.e., México., 1986.



1. ASIGNATURA LEGISLACION DE LOS MEDIOS

2. CICLO 4º SEMESTRE

3. CLAVE 0426

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará la comunicación como una estructura regulada por el marco legal vigente.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

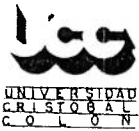
Coadyuva a contextualizar el ejercicio del comunicador dentro del marco legal de acuerdo a la estructura que los medios tienen en nuestro país.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
9	Analizará críticamente el poder y su institucionalidad y su diferencia con otras normas de conducta social.	<p>I <u>DERECHO Y PODER, CONDUCTA DEL HOMBRE EN SOCIEDAD</u></p> <p>a) El poder y su institucionalidad: - Fuerza - Poder, legitimidad y autoridad - Legalidad y estado de derecho - El control al poder.</p> <p>b) Diferencia con otras normas de conducta social: - Sus características. - La comerciabilidad o el monopolio de la fuerza</p>
9	Evaluará la organización del estado mexicano, a través de su estructura.	<p>II <u>ORGANIZACION DEL ESTADO MEXICANO</u></p> <p>a) Evolución y desarrollo del estado.</p> <p>b) Formas de estado .</p> <p>c) El caso de México presidencialista y federalista. Características e implicaciones.</p> <p>d) Organización del poder legislativo; elección, -- integración y funciones.</p> <p>e) Derecho a la vida privada y libertad de información: Un conflicto de derecho.</p>
9	Juzgará la concesión a través del análisis de dicho proceso.	<p>III <u>LA CONCESION</u></p> <p>a) Definición.</p> <p>b) Naturaleza jurídica de concesión.</p> <p>c) Definición y tipos de concesión.</p> <p>d) Procedimiento para otorgar una concesión de medios de comunicación.</p> <p>e) Aspectos generales.</p> <p>f) Diversas formas de perder la concesión.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
13	Describirá la legislación referente a los medios - de comunicación y las implicaciones sociales, jurídicas, políticas y económicas que de ellas resultan.	<p>IV <u>LEGISLACION REFERENTE A LOS MEDIOS DE COMUNICACION</u></p> <p>a) Fundamentación constitucional de los medios de comunicación.</p> <p>b) Ley de vías generales de comunicación.</p> <p>c) Ley federal de radio y televisión y su reglamento.</p> <p>d) Ley de imprenta.</p> <p>e) Ley de la industria cinematográfica.</p> <p>f) Reglamento de la ley general de salud en materia de control sanitario de la publicidad.</p>
8	Analizará críticamente la comunicación vía satélite, su idoneidad.	<p>V <u>ALGUNOS ASPECTOS SOBRE LA COMUNICACION VIA SATELITE</u></p> <p>a) Aspectos generales de la comunicación por satélite.</p> <p>b) Los tratados internacionales y la legislación en México.</p>



UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Participará en mesas redondas.
- Realizará investigación documental.
- Elaborará un breve ensayo sobre algún (os) tema (s) del curso.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

ACOSTA ROMERO, Miguel, Teoría general del derecho administrativo. Ed. Porrúa, s.e., México, 1975.

DORANTES TAMAYO, Luis. ¿Qué es el derecho? Introducción filosófica a su estudio. Ed. UTHÉA, s.e., México, 1979.

FRAGA, Gabino. Derecho administrativo. Ed. Porrúa, s.e., México, s. f.

C O M P L E M E N T A R I A

GARCIA, Trinidad. Apuntes de introducción al estudio de derecho. Ed. Porrúa, s.e., México, s. f.

NOVOA MONREAL, Eduardo. Derecho de la vida privada y libertad de información. Un conflicto de derechos. Ed. Siglo XXI, s.e., México, 1979.

EVALUACION DEL CURSO

- Participación en mesas redondas 15%
- Reportes de investigación documental 10%
- Breve ensayo 15%
- Dos exámenes parciales, bimestrales 40%
- Examen final 20%



1. ASIGNATURA TEORIA RADIOFONICA

2. CICLO 4º SEMESTRE

3. CLAVE 0427

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	1	3	5

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará la significación de la radio como medio de comunicación colectiva, su desarrollo histórico, su trascendencia social, económica y cultural, su estructura y funcionamiento interno.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Permite el desarrollo de los elementos teóricos necesarios para una mejor comprensión y fundamentación del análisis de la comunicación.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
6	Describirá el desarrollo histórico de la radio, su importancia y sus potencialidades como medio en el desenvolvimiento futuro del país.	<u>I HISTORIA SOCIO-ECONOMICA-CULTURAL DE LA RADIO</u> a) Antecedentes b) Aparición en el mundo y sus efectos sociales. c) Ventajas y limitaciones de la radio d) Surgimiento y desarrollo de la radio en México e) La radio en la actualidad f) Avances tecnológicos
4	Explicará los diferentes tipos de sistemas de comunicación radiofónicos y su reglamentación en México.	<u>II SISTEMA DE COMUNICACION RADIOFONICA</u> a) Estatal b) Comercial c) Mixta d) Lineamientos normativos de los sistemas de comunicación radiofónica.
5	Identificará los recursos técnicos con los que trabaja la radio.	<u>III ELEMENTOS EN UNA ESTACION DE RADIO</u> a) Funcionamiento, potencia y distancia de cobertura de una emisora de A.M. y F.M. b) Cabina: Identificación y operación técnica. c) Tipos de micrófonos d) Acotaciones al operador.
12	Explicará los elementos que integran la programación.	<u>V PROGRAMACION</u> a) Programación, continuidad y tráfico. b) Sus características c) División por bloques.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
9	Identificará los recursos productivos que conforman una programación radiofónica.	<p>V <u>GENEROS Y FORMATOS RADIOFONICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Periodístico b) Musical c) Literario d) Tipos de emisiones <ul style="list-style-type: none"> - promocional - cápsula - programa. e) Número de voces <ul style="list-style-type: none"> - monólogo - diálogo f) Radio revista g) Drama h) Mesa redonda i) Charla
12	Experimentará los elementos expresivos de carácter auditivo, que se utilizan en la radio.	<p>VI <u>CODIGO RADIOFONICO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Voz b) Música c) Efectos de sonido d) Silencios e) Profundidad, color y volumen

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Visitas a radiodifusoras
- Análisis de programas y programaciones de radio
- Se introducirá en el manejo técnico de los aparatos.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

- ROMO GIL, María Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio. Ed. Diana, s.e., s.l., 1989.
- ROMO GIL, María Cristina. La otra radio voces débiles, voces de esperanza. Ed. Fundación Manuel Buendía, s.e., - México, 1990.
- S. a. Manual de operación y producción. Instituto Mexicano de la radio. Ed. UAM Xochimilco, s.e., s.l., 1985.
- S. a. Sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. Ed. PLaza Valdes, s.e., México, - 1988.

EVALUACION DEL CURSO

- Reportes 20%
- Prácticas 30%
- Examen parcial 20%
- Examen final teórico-práctico 30%

BIBLIOGRAFIA

C O M P L E M E N T A R I A

BELAU, Faus Angel. La radio, introducción a un medio desconocido. Ed. Gaudiana, s.e., Argentina, 1973.

DE ANDA Y RAMOS, Francisco. La radio, un gigante dormido. Ed. Trillas, s.e., México, - 1989.

GONZALEZ I MONGE, Ferran. En el dial de mi pupitre: Las ondas, herramienta educativa. Ed. Gustavo Gilli, s.e., España, 1989.

KAPLUN, Mario. Producción de programas de radio: El guión, la realización. Ed. Ciespal, s.e., Perú, 1978.

MEJIA PRIETO, Jorge. Historia de la radio en México. Ed. Instituto Mexicano de Radio, - s.e., México, 1985.



1. ASIGNATURA COMPUTACION II

2. CICLO 4º SEMESTRE

3. CLAVE 0428

4. SERIACION 0321

5.

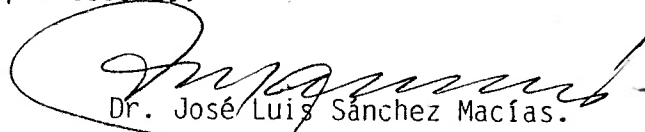
H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	3	5	7

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 80

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Aplicará programas computarizados en la elaboración de revistas y periódicos.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO
Coadyuva al logro de una auténtica formación profesional proporcionando los conocimientos necesarios para introducirlo a la temática específica de su ámbito profesional.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
15	Aplicará los elementos que integran la tipografía por computadora.	I <u>PRINCIPIOS DE TIPOGRAFIA</u> a)Tipos de letra. b)Cuerpo de un documento. c)Cuerpo de un libro. d)Reglas de impresión.
10	Aplicará los elementos de la edición en la computadora.	II <u>EL CONCEPTO DESKTOP PUBLISHING</u> a)El concepto desktop publishing. b)Publicidad de escritorio.
20	Utilizará el scanner como una herramienta para digitación de imágenes.	III <u>EL SCANNER</u> a)Digitalización de imágenes. b)Retoque de imágenes. c)Fotografías. d)Digitalización de texto. e)Reconocimiento óptico de caracteres.
35	Aplicará los programas de edición computalizada en la elaboración de revistas y periódicos.	IV <u>PROGRAMA PARA EDICION PROFESIONAL</u> a)Ventura publisher. -En periódicos -En revistas. b)Page maker. -Elaboración de formatos. -Elaboración de publicidad. c)Micrografix. -Dibujos -Diseño gráficos.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

Elaboración de una revista por computadora integrando el uso de imágenes y texto digitalizado e integración por teclado.

Imágenes creadas en micrografix usando Ventura y Page Macker.

Elaboración de una plana de periódico, incorporando noticias recibidas por computadora, textos elaborados con procesador de palabras, textos elaborados con procesador de palabras, textos recibidos con Modern o a través de una red, imágenes y textos digitalizados, fotografías y dibujos utilizando Ventura Publisher.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A.

BOVET, Rhodes C. Desktop Publishing with page maker. Ed. John Wiley., s.e., E.U., 1987.

S.a. Manuales de referencia de Ventura Publisher, Page Maker y Micrografix. s.e., s.l., s.f.

JANTZ, R. Advanced Ventura Publisher: Desktop Publishing for professionals. Ed. John Wiley., s.e., E.U., 1989.

EVALUACION DEL CURSO

Elaboración de una revista 40%

Elaboración de una plana de periódico 40%

Examen final 20%



1. ASIGNATURA GUIONISMO

2. CICLO 5º SEMESTRE

3. CLAVE 0529

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	3	5	7

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 80

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Analizará las características que constituyen la elaboración del guión.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Posibilita la conjunción armónica entre teoría y práctica. Dominio de diversos medios de comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.
9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Identificará las características esenciales para el diseño del guión.	<p>I <u>EL ARTE DE ESCRIBIR PARA LOS MEDIOS AUDIOVISUALES</u></p> <p>a) El manejo de la idea.</p> <p>b) La concepción del guión.</p> <p>c) El guión y sus propósitos.</p> <p>d) Etica en el guión.</p> <p>e) El guionista dentro de la comunicación.</p>
12	Describirá el procedimiento técnico para el diseño del guión, tomando como base los elementos teóricos que inspiren la creatividad.	<p>II <u>METODO Y CREATIVIDAD EN EL DISEÑO DEL GUION</u></p> <p>a) El guión y el guionista.</p> <p>b) Modos y métodos.</p> <p>c) Condiciones para escribir un guión.</p> <p>d) Etapas para la elaboración de un guión.</p> <p>e) Concepto de creatividad.</p> <p>f) Aplicación de la creatividad.</p>
16	Analizará las características que identifican al guión literario.	<p>III <u>INVESTIGACION RECOPIACION Y ESTRUCTURA LITERARIA.</u></p> <p>a) Fuentes de información, jerarquización, clasificación y ordenación de ideas.</p> <p>b) El guión literario.</p> <p>c) El tiempo como factor del contenido literario.</p> <p>d) Los nuevos estilos para escribir guiones.</p> <p>e) Escena y secuencia.</p> <p>f) Construcción dramática.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMÁTICO
14	Identificará los elementos necesarios para la - realización del guión técnico.	IV <u>LA IMAGEN Y EL LENGUAJE TECNICO</u> a) Icónica. b) Icofónica. c) Elementos de la imagen. - figuras retóricas visuales - funciones de imagen en la enseñanza d) El guión técnico. e) Imagen y sonido - tipos de sonido - la música y la imagen audiovisual - planos, ángulos de toma y perspectiva f) Lenguaje técnico de los medios audiovisuales. g) Efectos especiales.
14	Identificará las características de los distintos tipos de guiones para medios audiovisuales.	V <u>TIPOS DE GUION</u> a) El guión de televisión. b) El guión de radio. c) El guión de cine. d) El guión para el diseño del diaporama. e) El guión publicitario. - Story Board f) El guión de un noticiero.
12	Establecerá la relación entre la Ley Federal de - Radio y Televisión y la elaboración de guiones.	VI <u>LEYES Y NORMAS PRACTICAS</u> a) Ley Federal de Radio y Televisión. - Preceptos fundamentales. b) Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de Industria Cinematográfica. c) Intenciones principales y subintenciones del relato.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Elaboración de guiones.
- Analizará y criticará guiones televisivos.
- Realizará prácticas de escritura y aplicación de guiones televisivos.

BIBLIOGRAFIA B A S I C A

ALONSO GONZALEZ, Carlos. El guión. Ed. Trillas, s.e., México, 1989.

GODDARD ADAME, Lourdes. Guionismo. Ed. Diana, s.e., México, 1989.

VALE, Eugene. Técnicas del guión para cine y televisión. Ed. Gedisa, s.e., España, 1985.

C O M P L E M E N T A R I A

LAWSON HOWARD, John. Teoría y técnica del guión cinematográfico. Material didáctico de uso interno. Ed. UAM, s.e., México, 1986.

EVALUACION DEL CURSO

- Ejercicios prácticos. 10%
- Análisis y críticas de guiones televisivos. 25%
- Prácticas de escritura y aplicación. 25%
- Examen parcial. 20%
- Examen final. 20%

BIBLIOGRAFIA

C O M P L E M E N T A R I A .

VILLALBA,Wels Emilio. Del arte de escribir para el cine y la televisión.Ed. Schapire.,
s.e.,Argentina.,1964.

WRIGHT,E. Para comprender el teatro actual.Ed. F.C.E.,s.e.,México.,1972.



1. ASIGNATURA MERCADOTECNIA.

2. CICLO 5º SEMESTRE

3. CLAVE 0530

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
4	-	4	8

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al terminar el curso, el alumno:

Valorará el estudio de la Mercadotecnia como herramienta básica para la aplicación de la publicidad en comunicación.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Complementa los conocimientos necesarios para una visión más profunda y actualizada de los procesos de la comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
7	Investigará los aspectos generales de la Mercadotecnia y el panorama en que se desarrolla en México.	<p>I <u>ASPECTOS GENERALES DE LA MERCADOTECNIA Y SU CONTEXTO EN MEXICO.</u></p> <p>a) Importancia y concepto de Mercadotecnia</p> <p>b) Diferentes aplicaciones de la Mercadotecnia</p> <p>c) Antecedentes de la Mercadotecnia en México</p> <p>d) La Mercadotecnia y los sectores productivos en México.</p> <p>e) La Mercadotecnia y su entorno de desarrollo en México.</p>
11	Examinará las fases del proceso administrativo, aplicadas a la Mercadotecnia.	<p>II <u>ADMINISTRACION DE LA MERCADOTECNIA</u></p> <p>a) Administración de la Mercadotecnia</p> <p>b) Planeación de la Mercadotecnia</p> <p>c) Organización de la Mercadotecnia</p> <p>d) Dirección de la Mercadotecnia</p> <p>e) Control de la Mercadotecnia</p>
7	Organizará su conocimiento acerca del mercado como campo de estudio de la Mercadotecnia.	<p>III <u>MERCADO Y SEGMENTACION DE MERCADOS</u></p> <p>a) Definición de mercado.</p> <p>b) Mercado del consumidor</p> <p>c) Mercado del productor</p> <p>d) Mercado del revendedor</p> <p>e) Mercado internacional</p> <p>f) Segmentación de mercados</p>
9	Analizará los elementos que involucra la investigación de mercado.	<p>IV <u>INVESTIGACION DE MERCADOS</u></p> <p>a) Concepto e importancia</p> <p>b) Necesidades que obligan a realizar una investiga-</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
9	Propondrá ejemplos ficticios acerca de la actividad del consumidor con respecto al producto y precio.	<p>ción de mercado.</p> <p>c) Sistema de información de la Mercadotecnia.</p> <p>d) Diseño y planeación de la investigación de Mercados.</p> <p><u>V CONSUMIDOR, PRODUCTO Y PRECIO</u></p> <p>a) Conducta del consumidor</p> <p>b) El proceso de compra</p> <p>c) Producto: marca, etiqueta, presentación</p> <p>d) Servicio del producto</p> <p>e) Factores y estrategias que intervienen en la fijación de los precios.</p> <p>f) Estudio económico de los precios.</p>
9	Estimará la importancia de la distribución, el trabajo de ventas y las promociones de ventas para la Mercadotecnia.	<p><u>VI DISTRIBUCION, VENTAS Y PROMOCIONES</u></p> <p>a) Canales de distribución</p> <p>b) Instituciones reguladoras de la distribución en México.</p> <p>c) Definición e importancia del vendedor y del trabajo de ventas.</p> <p>d) Administración del proceso de ventas.</p> <p>e) Diferencia entre promoción y publicidad.</p> <p>f) Tipos de promociones de ventas.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	<p>Valuará la planeación estratégica en Mercadotecnia para llevarla a efecto en un caso práctico.</p>	<p>VII <u>PLANEACION ESTRATEGICA EN MERCADOTECNIA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Cómo elaborar la planeación estratégica en Mercadotecnia. b) Análisis de los factores externos e internos de una empresa. c) Determinación del campo-producto-mercado de una empresa. d) Determinación de objetivos estratégicos e) Diseño de la planeación estratégica en Mercadotecnia.

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Investigaciones documentales y de campo.
- Discusiones y debates.
- Análisis de casos prácticos.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

FISCHER, Laura. Mercadotecnia. Ed. Interamericana, s.e, México, 1990.

HOLLAWAG, et. al. Mercadotecnia y medio ambiente. Ed. Diana, s.e., México, 1969.

HOWARD, John A. Administración de Mercadotecnia. Ed. Diana, s.e., México, 1979.

PHILLIP, Rotler. Dirección de Mercadotecnia. Ed. Prenfice/Hall Internacional, s.e., Colombia, 1981.

C O M P L E M E N T A R I A.

FRYE, Robert. Estrategias básicas de Mercadotecnia. Ed. Trillas., s.e., México., s.f.

EVALUACION DEL CURSO

Reportes de investigaciones y casos prácticos. 30%

Participación en clases. 10%

Examen parcial. 30%

Examen final. 30%



1. ASIGNATURA ANALISIS Y TECNICAS DE LOS MEDIOS

2. CICLO 5º SEMESTRE

3. CLAVE 0531

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Analizará las características técnicas de perfil y programación de los medios impresos, radiofónicos y televisuales.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Se relaciona directamente con los medios de comunicación social que representan la estructura ocupacional más próxima al comunicador.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
20	Analizará los medios impresos generalizando sus particularidades y estableciendo criterios de perfil y segmentos de mercados al que están destinados.	<p>I <u>ANALISIS DE CONTENIDO DE DIARIOS Y REVISTAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) El formato del diario. b) El formato de la revista. c) Análisis comparativo. d) Clasificación del contenido por la información. e) Clasificación del contenido por la publicidad. f) Clasificación del contenido por el material gráfico. g) Análisis del perfil y contenido.
20	Analizará perfiles, formatos y particularidades de operación de los medios radiofónicos y televisuales	<p>II <u>ANALISIS DE CONTENIDO DE RADIO Y TELEVISION</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) El formato de programación radiofónica. b) Perfil, contenido y guías de programación. c) El formato de programación televisual. d) Perfil, contenido y guías de programación. f) Análisis comparativo de formatos.
24	Examinará las características técnicas de programación de los medios audiovisuales que le permitan tomar decisiones para mejorar formatos y contenidos de teleradiodifusión.	<p>III <u>LA MEDICION DE AUDIENCIA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Metodología del Rating. b) La segmentación de audiencia. c) Planificación de proyectos de medición de audiencia. d) Desarrollo y evaluación del proyecto.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Realizará trabajos en equipo.
- Analizará casos específicos.
- Desarrollará investigación documental.
- Desarrollará investigación de campo.
- Participará en exposiciones y discusiones.

BIBLIOGRAFIA B A S I C A

- ARIAS GALICIA, Fernando. Manual de investigación social. Ed. Trillas, s.e., s. l., 1988.
- BUNGE, Mario. El método científico. Ed. Ariel, s.e., s. l., s. f.
- DAVIS, J. Análisis elemental de encuestas. Ed. Trillas, s.e., s. l., 1990.

EVALUACION DEL CURSO

- Examen parcial. 30%
- Reportes de investigación documental. 20%
- Exposición y participación en clases. 20%
- Examen final. 30%



1. ASIGNATURA TALLER DE TELEVISION I

2. CICLO 5º SEMESTRE

3. CLAVE 0532

4. SERIACION 0425

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
1	3	4	5

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Realizará producciones televisivas incorporando los elementos técnicos que requiere el trabajo.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Conjunta los conocimientos teórico-práctico necesarios para una mejor comprensión de diferentes medios de comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS
ESTIMADAS

OBJETIVOS DE UNIDAD

CONTENIDO TEMÁTICO

5

Analizará las características de la animación -
artística en el campo del video.

V LOS TIPOS

- a) Sugerencias para su uso.
- b) Generador de caracteres.
 - Por computadora
 - Paleta electrónica
 - Nuevas técnicas

18

Elaborará una creación televisiva.

VI MEZCLA DE IMÁGENES

- a) Switch : Manejo y lenguaje.
- b) Composición de imágenes con:
 - cámara y videocassettera
 - dos o más cámaras
 - dos o más videocassetteras
- c) Su función en programas grabados
- d) Su función en programas en vivo.
- e) Post-producción.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Elaboración de trabajos con equipos portátiles de televisión.
- Elaboración de trabajos en el estudio de televisión.
- Elaboración de pequeñas producciones.

BIBLIOGRAFIA B A S I C A

BEAUVAIS, Daniel. Producir en video. Material pedagógico: guía y videocassette. Video Tiers Monde, Canadá, 1989.

BRIAN, R. Video el curso básico. Copy right medic west home video, México, 1990. (Videocassette)

LLORENE, S. La televisión una metodología para su aprendizaje. Ed. Gustavo Gili, s.e., España, 1988.

C O M P L E M E N T A R I A

GONZALEZ, Treviño Jorge. Televisión teoría y práctica. Ed. Alhambra., s.e., México., 1983.

EVALUACION DEL CURSO

- Trabajos de grabación con equipos. 20%
- Trabajos de cabina de video. 40 %
- Examen parcial teórico-práctico. 20 %
- Examen práctico final. 20%



1. ASIGNATURA OPINION PUBLICA

2. CICLO 5º SEMESTRE

3. CLAVE 0533

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
4	-	4	8

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:
Analizará el proceso de la opinión pública y los elementos inherentes a ésta, y su relación con análisis periodísticos y sondeos de opinión.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Permite una mejor comprensión y profundización de una de las áreas más importantes de la comunicación.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
8	Analizará las características de la opinión pública y su estrecha relación con el proceso de comunicación.	<p>I <u>LA OPINION PUBLICA EN EL PROCESO DE COMUNICACION</u></p> <p>a) Introducción a la opinión pública.</p> <p>b) La información como necesidad.</p> <p>c) El lugar de la opinión pública en el proceso de comunicación.</p> <p>d) Definición y significado de opinión pública.</p> <p>e) La relación de opinión pública con otras disciplinas.</p>
10	Identificará a los investigadores de la opinión pública, y los estudios que hacen de la misma.	<p>II <u>LOS INVESTIGADORES DE LA OPINION PUBLICA</u></p> <p>a) Posición clásica y posición empírica.</p> <p>b) La posición de Onken</p> <p>c) El sistema de Mac Iver</p> <p>d) Otros estudios</p> <p>e) En busca de una posición ecléctica.</p>
10	Analizará las características de la opinión pública así como los tipos de opinión y actitudes.	<p>III <u>FORMACION DE LA OPINION PUBLICA Y SUS TIPOS DE OPINIONES Y ACTITUDES.</u></p> <p>a) El clima de opinión.</p> <p>b) El concepto "actitud"</p> <p>c) Etapas de la formación de la opinión pública.</p> <p>d) Los estereotipos y los prejuicios.</p> <p>e) Propaganda.</p> <p>f) Relaciones públicas.</p> <p>g) La manipulación.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
10	Analizará la relación entre los medios masivos y la información.	IV <u>LOS MEDIOS MASIVOS Y LA INFORMACION</u> a) El proceso de información a través de los medios. b) El proceso de la información periodística. c) La información y su destino. d) Transformación de la noticia. e) Relación entre comunicador y cambio de actitud.
12	Analizará las características del control social - como consecuencia de la manipulación de la opinión pública.	V <u>EL CONTROL SOCIAL</u> a) Los públicos. b) Los grupos de opinión. c) Los líderes de opinión. d) Opinión pública y opiniones publicitadas. e) El rumor
14	Diseñará instrumentos aplicando los métodos de evaluación de actitudes y opiniones.	VI <u>METODOS DE EVALUACION DE ACTITUDES Y OPINIONES</u> a) Escalas de actitud. b) Diseño de la entrevista. c) El método de panel en opinión pública. d) La técnica de proyección de imágenes. e) La encuesta de opinión pública.

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Participación en clase.
- Investigación de sondeos de opinión.
- Análisis de casos.
- Análisis periodísticos.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

COSSIO, Carlos. La opinión pública. Ed. Losada, Argentina, s.f.

MARSTON, John E. Relaciones Públicas Modernas. Ed. Mc Graw Hill, México, 1988.

RIVADENEIRA PRADA, Raúl. La opinión pública. Ed. Trillas, México, 1979.

C O M P L E M E N T A R I A

BETTINGHAUS, Erwing P. Persuasive communication. Ed. Holt rinhart and winson, Inc., E. U., 1973.

EVALUACION DEL CURSO

- Aportaciones en clase 20%
- Reportes de sondeos de opinión y análisis de casos 30%
- Examen parcial 25%
- Examen final 25%

1. ASIGNATURA TALLER DE RADIO I

3. CLAVE 0534

2. CICLO 5º SEMESTRE

4. SERIACION 0427

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
1	3	4	5

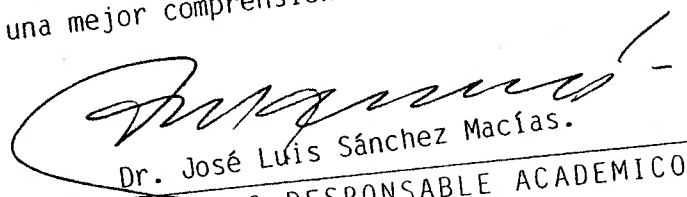
6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Seleccionará el manejo técnico de los equipos y elementos de producción realizando trabajos que le proporcionan la destreza necesaria para comunicar conceptos e ideas vía audio.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Conjunta los conocimientos teórico-prácticos necesarios para una mejor comprensión de diferentes medios de comunicación.



9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
14	Practicará el manejo técnico de los equipos, sus posibilidades y limitaciones para futuras creaciones.	<u>I UTILIZACION Y MANEJO DE LOS ELEMENTOS DE LA CABINA DE RADIO.</u> a) Consola de audio. b) Micrófonos. c) Grabadora de carrete abierto. d) Tornamesas. e) Cartuchos. f) Ecualizadores g) Deck de cassette. h) Compact disc. i) Nuevos avances.
10	Aplicará los requerimientos básicos en el uso de la voz, como recurso en la producción radiofónica.	<u>II DIRECCION DE VOZ</u> a) El léxico. b) Modulación y énfasis de voz. c) La dicción. d) Efectos de la voz. e) Producción de monólogos. f) Timbre g) Volumen
10	Experimentará el uso de los ruidos y efectos, así como la producción de algunos tipos en vivo.	<u>III EFECTOS SONOROS</u> a) Cualidades del sonido: intensidad, tono y timbre. b) Efectos funcionales. c) Efectos de apoyo d) Producción de efectos en vivo. e) Montaje y edición.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
14	Aplicará sus conocimientos periodísticos para la noticia radiofónica.	<p>IV <u>LA INFORMACION Y LA NOTICIA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Técnica informática. b) Condiciones en la radio. c) La entrevista. d) El reportaje. e) Epigrama.
16	Practicará la expresión oral aplicada durante el comentario a través del micrófono.	<p>V <u>EL COMENTARIO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Técnicas. b) Condiciones. c) Tipos de comentarios. d) Improvisación.

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Realizará prácticas constantes de trabajos radiofónicos.
- Analizará programas en la radio nacional.
- Analizará programas en estaciones locales.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

DARY, David. Manual de noticias radiofónicas. Ed. Diana, s.e., México, s.f.

ROMO GIL, Ma. Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio. Ed. Diana, s.e., México, 1982.

SOROKINE. Formulario de radio. Ed. Azor, s.e., México, 1975.

C O M P L E M E N T A R I A.

DANEMARK. El radio. Ed. Cedes., s.e., México., 1985.

KAPLUN, Mario. Producción de programa de radio. Ed. Ciespal., s.e., Perú., 1988.

EVALUACION DEL CURSO

- Realización de prácticas. 40%
- Examen parcial 20%
- Análisis de programas 20%
- Examen final. 20%



1. ASIGNATURA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION I

2. CICLO 5º SEMESTRE

3. CLAVE 0535

4. SERIACION 0316

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Elaborará un proyecto de investigación sustentado en su marco teórico y conceptual.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Coadyuva a lograr una formación profesional integral, capacidad para detectar y solucionar problemas específicos de la comunicación.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
8	Identificará la importancia del proceso de la - investigación de la comunicación, así como instituciones y tendencias actuales que han desarrollado propuestas teórico-metodológicas en México	<p><u>I IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION</u></p> <p>a) La importancia de la investigación en la sociedad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contribución de las universidades en la investigación de la comunicación: su participación e importancia. - Tendencias actuales de la investigación de la - comunicación. - Problemas teórico-metodológicos de la investiga- ción de la comunicación en México. - Importancia y función del CONEICC - Importancia y función del AMIC - Importancia y función de FELAFACS.
12	Diseñará con rigurosidad metodológica un proble- ma de investigación reconociendo las particulari- dades contextuales que intervienen sobre un fenó- meno de comunicación.	<p><u>II EL PROBLEMA DE INVESTIGACION</u></p> <p>a) El objeto de investigación de la comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El objeto de investigación y su devenir dialéc- tico. - El objeto de estudio como variable independien- te, o, dependiente. - La delimitación del objeto de estudio. <p>b) El proceso de la investigación en las ciencias - de la comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El concepto de totalidad y la escuela europea. - Estructura del problema de investigación en la comunicación. - El problema científico y su importancia ante - fenómenos de comunicación social. - Justificación científica y social de la inves- tigación de la comunicación. - El método científico y las disciplinas filosó- ficas contemporáneas en la investigación de la comunicación.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
14	Elaborará un planteamiento de investigación.	<p>III <u>PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACION</u></p> <p>a) Identificación del objeto de estudio. b) Definición de los objetivos de investigación. c) Justificación de la investigación.</p>
16	Elaboración de hipótesis y variables de un problema de investigación así como los instrumentos que lo evaluaron.	<p>IV <u>HIPOTESIS Y VARIABLES</u></p> <p>a) Función de las hipótesis. b) Tipos de hipótesis. c) Relación de las hipótesis con el estudio estadístico. d) Función de las variables. e) Tipos de variables. f) Indicadores. g) Los indicadores y la construcción de instrumentos.</p>
14	Elaboración del marco teórico y conceptual del planteamiento de investigación.	<p>V <u>INVESTIGACION DOCUMENTAL</u></p> <p>a) Función del marco teórico. b) Función del marco conceptual. c) Fichas bibliográficas. Fichas hemerográficas. d) Fichas de trabajo. -Textual. -Análisis. -Síntesis. -Resumen.</p>

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Análisis de casos.
- Elaboración del planteamiento de investigación.
- Elaboración del marco teórico y conceptual.

BIBLIOGRAFIA B A S I C A

BRAUNSTEIN, Néstor A. Psicología: Ideología y Ciencia. Ed. Siglo XXI, s.e., México, 1985.

CAZARES HERNANDEZ, Laura. Técnicas actuales de investigación documental. Ed. Trillas, s.e., México, 1980.

ROJAS SORIANO, Raúl. Guía de investigación en Ciencias Sociales. Ed. Plaza y Janes, 6a. ed., México, 1991.

EVALUACION DEL CURSO

- Marco teórico y conceptual. 30%
- Planteamiento de investigación. 30%
- Examen parcial. 15%
- Examen final 25%.



1. ASIGNATURA TALLER DE DISEÑO GRAFICO

2. CICLO 6º SEMESTRE

3. CLAVE 0636

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Aplicará los elementos fundamentales del diseño y las artes gráficas en el campo de la comunicación.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Posibilita conjunción entre teoría y práctica para el dominio de diversos medios de comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.
9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
6	Explicará la importancia y los fundamentos de las artes gráficas y el diseño.	<p>I <u>INTRODUCCION</u></p> <p>a) Importancia de las artes gráficas.</p> <p>b) Evolución de las artes gráficas, escritura, xilografía e imprenta.</p> <p>c) El diseño como creación.</p> <p>d) Tipos de diseño:</p> <ul style="list-style-type: none"> - gráfico. - Visual. - Industrial. - Investigación. <p>e) Artes visuales, artes gráficas y el diseño.</p>
7	Comprenderá la importancia de los principios de sostén de la forma.	<p>II <u>SOSTEN DE LA FORMA</u></p> <p>a) Contraste.</p> <p>b) Las sensaciones visuales y sus cualidades.</p> <p>c) Textura visual.</p> <p>d) El campo visual.</p> <p>e) Forma.</p> <p>f) Composición.</p>
7	Analizará los principios de organización de la figura y su importancia.	<p>III <u>ORGANIZACION DE LA FIGURA</u></p> <p>a) Atracción y valor de la atención.</p> <p>b) Los elementos en la figura.</p> <p>c) Organización de los elementos de la figura.</p> <p>d) Variedad en la unidad.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
7	Aplicará los principios de movimiento y equilibrio en el diseño.	IV <u>MOVIMIENTO Y EQUILIBRIO</u> a) Naturaleza de la unidad. b) Fundamentos de la unidad visual. c) Movimientos en el diseño. d) Equilibrio.
7	Aplicará los principios de proporción y ritmo en el diseño.	V <u>PROPORCION Y RITMO</u> a) Fundamentos de la proporción y el ritmo. b) Análisis de la proporción y el ritmo. c) Predominio y subordinación. d) Importancia de la proporción y el ritmo en el diseño.
9	Aplicará la teoría en color en el diseño y las artes gráficas.	VI <u>TEORIA DEL COLOR</u> a) Control de pigmento y tono. b) Dinámica del color. c) Relaciones del color. d) El color en el diseño. e) El color en las artes gráficas f) Tintas.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
7	Aplicará los principios de profundidad, ilusión plástica y organización dimensional en el diseño.	<p>VII <u>PROFUNDIDAD, ILUSION PLASTICA Y ORGANIZACION TRIDIMENSIONAL</u></p> <p>a) El espacio. b) Bases de la ilusión espacial. c) Efecto plástico en un plano tridimensional. d) Profundidad y plano del cuadro. e) La organización tridimensional: - Naturaleza del problema. - Proyecto ortogonal. - Elementos plásticos.</p>
7	Aplicará los procesos fotomecánicos utilizados en las artes gráficas.	<p>VIII <u>PROCESOS FOTOMECANICOS</u></p> <p>a) Fotografía de reproducción. b) Traslados. c) Selección de color. d) Obtención de las formas para imprimir.</p>
7	Aplicará los mecanismos de impresión.	<p>IX <u>IMPRESION</u></p> <p>a) Tipografía. b) Planografía. c) Calografía. d) Serigrafía.</p>



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación documental.
- Ejercicios prácticos.
- Trabajo final, un hecho comunicativo.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

- MARTIN, E. Artes gráficas. Ed. Don Bosco, s.e., España, 1975.
- MARTIN, E. La composición en artes gráficas. Ed. Don Bosco, s.e., España, 1975.
- FABRIS, G. Color, proyecto y estética. Ed. Don Bosco, s.e., España, 1979.
- MUNARI, B. Diseño y comunicación visual. Contribución a medida ética. Ed. Gustavo Gili, s.e., España, 1973.

EVALUACION DEL CURSO

- Ejercicios prácticos. 10%
- Trabajo final. 40%
- Investigación documental. 10%
- Examen parcial. 20%
- Examen final. 20%



1. ASIGNATURA ADMINISTRACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

2. CICLO 6o. SEMESTRE

3. CLAVE 0637

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
4	-	4	8

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Analizará las funciones del proceso administrativo como condición para la operación de medios masivos de comunicación.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Se relaciona directamente con el logro de la formación integral del comunicador como administrador de las diversas empresas de comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
16	Identificará las características de organización de los diferentes tipos de empresas de comunicación.	<p><u>I ORGANIZACION DE LAS EMPRESAS DE COMUNICACION</u></p> <p>a) Conceptos y Generalidades. b) Particularidades de la empresa del periódico. c) Particularidades de la empresa de Radiodifusión. d) Particularidades de la empresa de Televisión.</p>
16	Analizará las características de los diversos tipos de organización y sus funciones que forman la empresa del periódico.	<p><u>II LA EMPRESA DEL PERIODICO</u></p> <p>a) Organización Administrativa. b) Organización Publicitaria. c) Organización de Talleres. d) Organización de Circulación. e) Organización de la Redacción e Información. f) Planeación y Desarrollo en la empresa Periodística.</p>
16	Analizará las características de los diversos tipos de organización y sus funciones que forman la empresa de radio.	<p><u>III LA EMPRESA DE RADIO</u></p> <p>a) Organización Administrativa. b) Organización de Ventas y Mercado. c) Organización de Producción y Operación. d) Organización de Ingeniería. e) Planeación y Desarrollo de la empresa Radiodifusora.</p>

No. HORAS
ESTIMADAS

OBJETIVOS DE UNIDAD

CONTENIDO TEMATICO

16

Analizará las características de los diversos tipos de organización y sus funciones que forman la empresa de T.V.

IV LA EMPRESA DE T.V.

- a) Organización Administrativa.
- b) Dirección de Ventas y Mercadotecnia.
- c) Dirección de Producción y Operación.
- d) Dirección de Tráfico.
- e) Dirección de Eventos Especiales.
- f) Dirección de Ingeniería.
- g) Planeación y Desarrollo de la empresa Televisiva.

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Participación en exposiciones y discusiones.
- Realización de investigaciones documentales y de campo.
- Desarrollo de casos prácticos.

BIBLIOGRAFIA
B A S I C A

ARIAS GALICIA, Fernando. Administración de Recursos Humanos. Ed. Trillas, México, 1991.

FLORES DE GORTARI, Sergio./ OROZCO GUTIERREZ, Emiliano. Hacia una comunicación administrativa integral.
Ed. Trillas, México, 1990.

MC Daniel JOHONSON, Bonnie. Como progresar en su empleo mediante la comunicación. Ed. CECSA, s.l., s.f.

EVALUACION DEL CURSO

Participación en clase 10%

Investigaciones 20%

Examen parcial 20%

Desarrollo de un caso práctico 30%

Evaluación final 20%



1. ASIGNATURA PUBLICIDAD

2. CICLO 6o. SEMESTRE

3. CLAVE 0638

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
4	-	4	8

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:
Analizará los aspectos generales del proceso de la publicidad, así como algunas formas de llevarla a efecto.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Complementa el bagaje teórico que posibilita una mejor comprensión de los diferentes ámbitos de la comunicación.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Identificará los antecedentes y funciones de la publicidad, así como también su relación con la mercadotecnia.	<p><u>I ANTECEDENTES DE LA PUBLICIDAD</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Concepto de publicidad programada y relaciones públicas. b) Orígenes de la publicidad. c) La publicidad a principios del siglo XX. d) La publicidad moderna. e) Publicidad y mercadotecnia. f) Funciones de la publicidad. g) Publicidad de acción inmediata y futura.
12	Explicará como la publicidad genera respuestas en la conducta humana.	<p><u>II ASPECTOS RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO HUMANANO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Deseos, emoción e instinto. b) El proceso persuasivo. c) Publicidad racional. d) Las actitudes. e) El proceso de adopción.
12	Analizará las características de presentación de los textos, como un elemento de la publicidad.	<p><u>III LA PUBLICIDAD COMO PROCESO CREATIVO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) El texto. b) Requisitos para redactar textos. c) Las formas del texto. d) Los titulares. e) Las ilustraciones. f) La redacción de textos para la prensa. g) La redacción de textos para la radio. h) La redacción de textos para la televisión. i) La redacción de textos para otros medios.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Evaluará la importancia de las marcas de fábrica y slogans como elementos de publicidad.	<p>IV <u>MARCAS DE FABRICA Y SLOGANS</u></p> <ul style="list-style-type: none">a) Componentes del producto.b) Definición y función de la marca de fábrica.c) Registro de la marca de fábrica.d) Slogans.e) Características del slogan.f) El posicionamiento del slogan.g) El registro del slogan.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Debates.
- Conferencias.
- Revisión bibliográfica.
- Análisis de textos.
- Ejercicios.

BIBLIOGRAFIA
B A S I C A

COHEN, Dorothy. Publicidad comercial. Ed. Diana, s.e., México, 1972.

HOLJE, Herbert F. Publicidad. Ed. Mc. Graw Hill, s.e., s. l., 1981.

KLEPPNERS, Otto. Manual de publicidad. Ed. Prentice Hall, s.e., México, 1988.

C O M P L E M E N T A R I A

BREWSTER, A.J. et al. Introducción a la publicidad. Ed. C.E.C.S.A., 6a.e., México., 1980.

BRYAN, Key Wilson. Seducción subliminal. Ed. Diana., 4a. imp., México., 1981.

EVALUACION DEL CURSO

- Participación en clase. 10%
- Reportes de lecturas y conferencias. 10%
- Análisis de textos. 10%
- Ejercicios. 30%
- Examen parcial. 20%
- Examen final. 20%



1. ASIGNATURA TALLER DE TELEVISION II

2. CICLO 6o. SEMESTRE

3. CLAVE 0639

4. SERIACION 0532

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
1	3	4	5

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Diseñará rutinas de producción televisiva, grabando los programas de televisión de acuerdo a las - necesidades específicas de cada caso.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO


Coadjunta los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para una mejor comprensión de diferentes medios de comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
11	Producirá un documental con duración de 3 minutos tomando como base el proceso de elaboración y producción.	<u>I EL DOCUMENTAL TELEVISIVO</u> a) El guión. b) Grabación de imágenes. c) Edición. d) Continuidad. e) Post-producción. f) Titulación
15	Elaborará un film con duración de 4 minutos a partir de la construcción de un ambiente de suspenso, ficción o acción.	<u>II CREACION DE ATMOSFERA</u> a) Planeación. b) Guión. c) Planeación de luz, sonido y escenografía. d) Grabación con dos o más cámaras. e) Angulos y movimientos. f) Continuidad. g) Secuencia de escena. h) Producción general. i) Post-producción.
14	Diseñará una cápsula cultural y educativa, con -- duración de 3 minutos destacando la importancia -- de la televisión como agente educador.	<u>III CAPSULA CULTURAL O EDUCATIVA</u> a) Planeación. b) El guión. c) Desarrollo y grabación de la historia. d) Edición. e) Post-producción. f) Titulación.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
24	Elaborará un film noticiero con duración de 10 - minutos.	IV <u>NOTICIERO</u> a) Grabación de noticia televisiva. b) Grabación de reportaje e imagen. c) Jerarquización de notas. d) La orden de edición. e) Formatos. f) Grabación y producción de un noticiario.



UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA
C O L O M B I A

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Visitas a televisoras.
- Visitas a casas productoras de video.
- Elaboración de producciones.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

- BEAVUAIS, Daniel. Producir en video. Material pedagógico: guía y videocassette. Video Tiers Monde, Canadá, 1989.
- LLORENE, Soler. Televisión una metodología para su aprendizaje. Ed. Gustavo Gili, s.e., España, 1988.
- MEJIA B., Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del estado mexicano. Ed. Fundación -- Buendía, s. l., 1989.

EVALUACION DEL CURSO

- Elaboración de trabajos. 70%
- Examen parcial teórico-práctico. 15%
- Examen final teórico-práctico. 15%



1. ASIGNATURA COMUNICACION SOCIAL I

2. CICLO 6o. SEMESTRE

3. CLAVE 0640

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Analizará los procesos de información, el contexto y el trabajo del comunicador social en la - institución pública y privada.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Complementa el bagaje de conocimiento que posibilite una mejor comprensión de los diferentes - ámbitos y áreas de la comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
20	<p>Analizará la problemática que enfrenta la coordinación de comunicación social y el predominio de los modelos privados de los medios de comunicación, así como los procesos de información nacional y la participación de las agencias internacionales de noticias.</p>	<p><u>I COORDINACION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL</u></p> <p>a) Problemas de coordinación y orientación institucional. b) La empresa privada y su predominio sobre la comunicación. c) El modelo de medios de comunicación en una sociedad de libre empresa. d) La política nacional de comunicación social en México. e) El estado mexicano y los medios de comunicación. f) Acción de sistemas informativos nacionales. g) Agencias internacionales de noticias.</p>
10	<p>Explicará el contexto de los problemas de comunicación social del sector público y la vinculación del Estado con los medios privados de información.</p>	<p><u>II LA POLITICA DE COMUNICACION DE MASAS</u></p> <p>a) Concepto del sector público. b) Problemas de comunicación del sector público. c) La participación de la iniciativa privada en el contexto político. d) Los medios privados de comunicación. e) El Estado y su regulación ante un autentico sistema de comunicación social.</p>
14	<p>Analizará las propuestas actuales sobre políticas de comunicación social nacional.</p>	<p><u>III TENDENCIAS DE LOS SISTEMAS DE COMUNICACION SOCIAL</u></p> <p>a) Proposición de políticas nacionales de la comunicación. b) La importancia de definir políticas nacionales de comunicación social. c) Metodología y estrategias de comunicación social. d) Definición de los elementos condicionantes de la comunicación. e) El sistema de comunicación actual. f) Planes básicos de comunicación social.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMÁTICO
20	Instrumentará planes y programas que permitan desarrollar estrategias para promover la participación social ante los problemas de la sociedad.	IV LA PRENSA DEL ESTADO EN LA COMUNICACION SOCIAL a) El proceso de la información en la comunicación social. b) El papel de la comunicación para promover la participación social. c) La prensa del Estado y su participación social. d) La participación ciudadana para una auténtica comunicación social.

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

Investigación documental.

Debates en grupo

-Elaboración de un programa de comunicación social.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

Coordinación general de comunicación social. Presidencia de la República. s.Ed., 1a.ed., México, D.F., 1989.

Política y sistema nacionales de comunicación social. Colecc. aportes de comunicación social. s.Ed., 1a.ed., México, 1990.

Volumen 1 Comunicación social. Foro de consulta popular. s.Ed., 1a.ed., México, 1989.

Volumen 5 Comunicación social. Foro de consulta popular. s.Ed., 1a.ed., México, 1989.

EVALUACION DEL CURSO

Investigación documental 10%

Programa de comunicación social. 50 %

Exámen parcial 20 %

Exámen final. 20 %



1. ASIGNATURA TALLER DE RADIO II

2. CICLO 6o. SEMESTRE

3. CLAVE 0641

4. SERIACION 0534

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
1	3	4	5

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Aplicará los elementos radiofónicos de acuerdo a las necesidades específicas de diversos géneros de producción.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Posibilita la conjunción armónica entre teoría y práctica. Dominio de diversos ^{medios de producción radiofónica} medios actuales de comunicación.

Dr. Jose Luis Sanchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMÁTICO
14	Producirá un programa dirigido al sector infantil, empleando todos sus conocimientos teóricos-prácticos.	<u>I REALIZACIÓN RADIOFONICA DE UN CUENTO INFANTIL</u> a) Elaboración del guión. b) Grabación. c) Producción.
16	Experimentará el proceso de visualización de personajes y su ambiente a través del medio auditivo.	<u>II NOVELA RADIOFONICA (CUALQUIER GENERO)</u> a) Elaboración del personaje y guión. b) Elaboración del guión técnico. c) Grabación. d) Producción.
18	Evaluará las técnicas y procesos para la producción de servicios noticiosos en radio.	<u>III NOTICIERO</u> a) Planeación. b) Elaboración de noticias. c) Selección y grabación de noticias. d) Elaboración de un reportaje. e) Producción de noticieros.
16	Evaluará la responsabilidad social de la radio como vehículo de enseñanza y cultura.	<u>IV CULTURA Y EDUCACION EN RADIO</u> a) Elaboración de un programa de orientación rural. b) Elaboración del guión. c) Grabación de todos los elementos necesarios. d) Producción.

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Realización de un cuento infantil.
- Realización de un capítulo de novela radiofónica.
- Evaluación de un programa de noticias.

BIBLIOGRAFIA

- KAPLUN, Mario. Producción de programa de radio. Ed. Ciespal, s.e., Quito, 1988.
- LLANO, Serafina, et al. La radiodifusión en México. Ed. Comunicación Tecnología e Investigación, s.e., México, 1984.
- MEJIA, B. Fernando. La industria de la radio y televisión y la política del estado mexicano. Ed. Fundación Buen día, s.e., s. l., 1989.

EVALUACION DEL CURSO

- Realización de producción. 70%
- Examen parcial (teórico-práctico). 15%
- Examen final (práctico). 15%.



1. ASIGNATURA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION II

2. CICLO 6o. SEMESTRE

3. CLAVE 0642

4. SERIACION 0535

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Aplicará los elementos estadísticos en la selección de muestra y procesamiento de información, así como la presentación de resultados que responda al planteamiento de investigación.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Coadyuva a lograr una formación profesional, integral, capacidad para detectar y solucionar problemas - específicos de la comunicación.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Analizará las características de elaboración de los instrumentos de recolección de datos.	<u>I DISEÑO DE LA MUESTRA</u> a) Muestreo probabilístico. b) Muestreo no probabilístico. c) Procedimiento para calcular el tamaño de la muestra. d) Afijación proporcional de la muestra.
14	Aplicará procedimientos estadísticos, para el análisis e interpretación de los datos.	<u>II TECNICAS ESTADISTICAS EN LA INVESTIGACION SOCIAL</u> a) Porcentajes y proporciones. b) Razones. c) Tazas o coeficientes. d) Representación gráfica de los datos. e) Medidas de asociación y correlación. f) La inferencia y el análisis de los datos.
12	Seleccionará las diferentes formas de procesar la información para la decodificación e interpretación de los datos.	<u>III PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION</u> a) Procesamiento electrónico. b) Tabulación manual. c) Tabulación de las preguntas para, formar cuadros de correlación.
14	Aplicará las características de presentación que deben reunir los trabajos de investigación con los requisitos mínimos de calidad y cantidad.	<u>IV LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA PRESENTACION</u> a) Elaboración de la portada. b) Elaboración del índice general. c) Elaboración de la introducción. d) Cuerpo capitular. e) Citas bibliográficas. f) Elaboración de las conclusiones y las recomendaciones.



No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Identificará la influencia que la informática ofrece a la investigación social, como auxiliar en el proceso de sistematización de la información.	<p>g) Anexos. h) Apéndices. i) Bibliografía.</p> <p><u>V LA COMPUTADORA Y LA INVESTIGACION SOCIAL</u></p> <p>a) Importancia y necesidad de la computadora en los proyectos de investigación. b) Características y limitaciones del uso de la computadora. c) Cálculos estadísticos que realiza la computadora. d) Validez y confiabilidad de los resultados de la computadora.</p>

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Elaboración y aplicación de los instrumentos de investigación.
- Procesamiento y análisis estadístico de la información recolectada.
- Elaboración de conclusiones.

BIBLIOGRAFIA
B A S I C A

DE GORTARI, E. Conclusiones y pruebas en la ciencia. Ed. Océano, s. e., España, s.f.

KERLINGER, Fred N. Investigación del comportamiento: técnicas y metodología. Ed. Interamericana, 3a. ed., México, 1975.

ROJAS SORIANO, Raúl. Guía de investigación en Ciencias Sociales. Ed. Plaza y Jones, 6a. ed., México, 1991.

C O M P L E M E N T A R I A

ROJAS SORIANO, Raúl. Investigación social, teoría y praxis. Ed. Plaza y Valdés, s. e., México, 1988.

ROJAS SORIANO, Raúl. Teoría e investigación militante. Ed. Plaza y Valdes, s.e, México, 1989.

EVALUACION DEL CURSO

- Examen parcial. 15%
- Examen final. 15%
- Presentación finalizada de la investigación. 70%

BIBLIOGRAFIA

C O M P L E M E N T A R I A

TAMAYO TAMAYO, Mario. El proceso de la investigación científica, fundamentos de investigación.

Ed. Limusa, s.e, México, 1984.



1. ASIGNATURA TALLER DE PRODUCCION DE TEXTOS

2. CICLO 7o. SEMESTRE

3. CLAVE 0743

4. SERIACION 0529

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	3	5	7

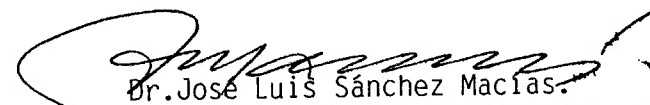
6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 80

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:
Estructurará textos a partir de las etapas que conforman el proceso del diseño y elaboración de los mismos.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Conjunta los conocimientos teóricos-prácticos para una mejor comprensión de las diferentes áreas de la comunicación.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Identificará las características de los distintos tipos de textos y los derechos de autor.	I <u>EL CODIGO ESCRITO</u> a) Tipos de textos. b) Composición del texto. c) Los derechos de autor.
14	Elaborará un texto tomando como base los elementos que lo integran.	III <u>REALIZACION DEL PROYECTO DE UN TEXTO</u> a) Objetivos. b) Selección del contenido. c) Plan del libro. d) Agenda.
12	Identificará las distintas formas en que puede incorporarse información complementaria en un texto.	III <u>INFORMACION COMPLEMENTARIA</u> a) Glosario. b) Indice por temas o por nombre. c) Inventarios. d) Indice de ilustraciones y láminas. e) Bibliografía.
15	Distinguirá los elementos que intervienen en la edición.	IV <u>ELEMENTOS DE EDICION DE TEXTOS</u> a) Personalidad editorial. b) El escritor y el editor. c) Corrección de estilo. d) Sistema de expresión.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMÁTICO
16	Elaborará un texto fílmico, aplicando los elementos del proceso que lo conforman.	V <u>EL TEXTO FILMICO (AUDIOVISUAL Y TEXTO)</u> a) La imagen como signo. b) El video como texto. c) Narración y descripción fílmica. d) Percepción y creación artística.
11	Analizará la relación entre el espectador y el diálogo creado en la obra.	VI <u>EL RECEPTOR</u> a) El espectador invisible. b) El espectador y el audiovisual. c) El saber de espectador.



UNIVERSIDAD
LONDRES

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación documental.
- Discusiones en grupo.
- Realización de un texto.
- Realización de un texto fílmico.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

CASSANY, Daniel. Describir el escribir. Cómo se aprende a escribir. Ed. Paidós, s.e., España, 1989.

HUERTA JIMENEZ, Luis Fernando. Estetica del Discurso Audiovisual. Fundamentos para una teoría de la creación fílmica. Ed. Mitre, s.e., España, 1986.

PLOTNIK, Arthur. Los elementos de la edición. Una guía moderna para editores y periodistas. Ed. Publigráficos, S.A. México, 1989.

EVALUACION DEL CURSO

- Investigación documental. 10%
- Diseño de un texto. 30%
- Diseño de un texto fílmico. 30%
- Examen parcial. 15%
- Examen final. 15%

BIBLIOGRAFIA

C O M P L E M E N T A R I A

S.a. Los libros de texto en América Latina.Ed.Nueva Visión.,s.e.,Argentina.,1979.

KRISTEVA,Julia. La semiótica,ciencia crítica o crítica de la ciencia.Ed.Espiral.,s.e.,1978



1. ASIGNATURA RELACIONES PUBLICAS

2. CICLO 7o. SEMESTRE

3. CLAVE 0744

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Analizará las funciones y elementos que conforman las relaciones públicas en empresas públicas y - privadas.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Permite el logro de un conocimiento más cabal y profundo de una de las áreas específicas de la actividad de la comunicación.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
16	Analizará las funciones de las relaciones públicas en empresas públicas y privadas, identificando su evolución en México.	<p><u>I LA FUNCION DE LAS RELACIONES PUBLICAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Concepto de relaciones públicas. b) Evolución de las relaciones públicas c) Evolución de las relaciones públicas en México. d) El concepto de función. e) Las funciones de las relaciones públicas en empresas públicas y privadas. f) La estructura del departamento de relaciones públicas y sus funciones. g) Vinculación de las relaciones públicas y la mercadotecnia.
16	Analizará la función que tienen las etapas de las relaciones públicas.	<p><u>II FASES DE LAS RELACIONES PUBLICAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) La investigación. <ul style="list-style-type: none"> - La investigación y las relaciones públicas. - Funciones de la investigación en las relaciones públicas. - Técnicas de investigación: lectura, contemplación, observación y encuestas de opinión. b) Planeación. <ul style="list-style-type: none"> - La importancia de la planeación en las relaciones públicas. - Concepto de planeación y sus etapas. - Diversas estructuras de los departamentos de relaciones públicas y su situación jerárquica en la organización. c) La comunicación. <ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la comunicación en las relaciones públicas. - Empatía. - Credibilidad. - Habilidades de comunicación. - Mensajes. - Consideraciones para lograr la efectividad del mensaje.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
16	Analizará los distintos tipos de herramientas de las cuales se valen las relaciones públicas para lograr sus objetivos.	d) La evaluación <ul style="list-style-type: none"> - importancia de la evaluación en las relaciones públicas. - Medición y evaluación. - Tipos de informes. <u>III LOS INSTRUMENTOS DE LAS RELACIONES PUBLICAS</u> <ul style="list-style-type: none"> a) Los instrumentos de las relaciones públicas. b) Interrelación de los instrumentos para alcanzar los objetivos de las relaciones públicas. c) Las relaciones públicas como función integral de la organización. d) La campaña de relaciones públicas.
16	Analizará los diversos públicos involucrados con la institución, así como la forma en que éstos afectan o benefician a la misma.	<u>IV RELACIONES PUBLICAS INTERNAS Y EXTERNAS</u> <ul style="list-style-type: none"> a) Relaciones públicas internas y externas. b) Proceso para establecer relaciones públicas con los diversos públicos. c) Las relaciones con accionistas, inversionistas y organizaciones financieras: <ul style="list-style-type: none"> - Su importancia - Información que se debe proporcionar - Medidas que se utilizan d) Las relaciones públicas con clientes actuales y potenciales. e) Importancia de las relaciones con proveedores. f) La importancia de las relaciones con el gobierno. Analizando al gobierno como: <ul style="list-style-type: none"> - Regulador - Organo impositivo - Fuente de crédito - Coordinador - Competidor

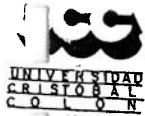
No. HORAS
ESTIMADAS

OBJETIVOS DE UNIDAD

CONTENIDO TEMÁTICO

- Fuente de información.

g) Las relaciones con la comunidad y los medios masivos de comunicación.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Visitas a diferentes instituciones
- Trabajos
- Debatés
- Elaborará una campaña de relaciones públicas.

BIBLIOGRAFIA B A S I C A

LESLY, Philip. Manual de relaciones públicas. Ed. Martínez Roca, s.e., s. l., s. f.

RIOS SZALAY, Relaciones públicas. s. E., s.e., s.l., s.f.

SORIA, Victor M. Relaciones públicas y humanas.(Tomos I, II, III y IV). Ed. Ediciones Orientación, S.A. de C.V. s.e., México, 1989.

EVALUACION DEL CURSO

- Visitas. 10%
- Trabajos. 20%
- Campaña de relaciones públicas. 15%
- Participación en clase. 15%
- Examen parcial. 20%
- Examen final. 20%



1. ASIGNATURA TALLER DE PUBLICIDAD

2. CICLO 7o. SEMESTRE

3. CLAVE 0745

4. SERIACION 0638

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

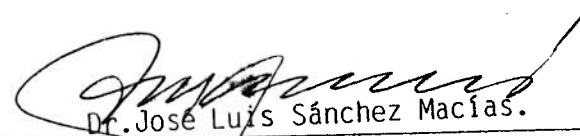
7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Formulará campañas de comunicación publicitaria a través de los diversos medios de comunicación social.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Complementa el bagaje teórico que posibilita una mejor comprensión de los diferentes ámbitos de la comunicación.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS
ESTIMADAS

OBJETIVOS DE UNIDAD

CONTENIDO

20101011

10

Relacionará las funciones de la mercadotecnia y la publicidad como procesos de investigación.

I MERCADOTECNIA DE LA PUBLICIDAD

- a) Ubicación de la publicidad en la mercadotecnia.
- b) La publicidad como proceso administrativo.
- c) Funciones de la investigación comercial.
- d) Fases de la investigación comercial.
- e) La investigación comercial y sus limitaciones.
- f) Proyectos, utilidades y costos de la publicidad.

8

Examinará los factores que determinan la planeación publicitaria.

II PLANEACION PUBLICITARIA

- a) El mercado.
- b) El producto.
- c) El precio.
- d) El entorno de la publicidad.

8

Investigará empresas que conforman el mercado de la publicidad en el contexto social.

III LAS EMPRESAS COMO MERCADO DE LA PUBLICIDAD

- a) Características y necesidades de las empresas.
- b) Investigación del producto y del mercado.
- c) El plan de medios publicitarios.
- d) Presupuestos.

12

Organizará la estructura de una agencia de publicidad.

IV LA AGENCIA DE PUBLICIDAD

- a) Estructura de la agencia publicitaria.
- b) Actividades inherentes de la agencia
- c) El trabajo de producción.
- d) El selección de medios.
- e) La presentación de proyectos.
- f) La investigación y presentación de nuevos proyectos.

No. HORAS
ESTIMADAS

OBJETIVOS DE UNIDAD

CONTENIDO TEMÁTICO

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

12

Valorará la función de los medios en el desarrollo de actividades publicitarias.

V LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN PUBLICIDAD

- a) Estructura de los medios.
- b) La producción dentro de los medios.
- c) Perfiles de programación.
- d) Aspectos tarifarios.
- e) Interrelaciones con las empresas y las agencias de publicidad.

14

Experimentará la planeación y ejecución de campañas publicitarias.

VI LA PLANEACION DE PROYECTOS PUBLICITARIOS

- a) Investigación del producto y mercado.
- b) Organización de las campañas publicitarias.
- c) Realización de campañas publicitarias.
- d) Detección de medios.
- e) Evaluación de campañas publicitarias.
- f) Planeación y desarrollo de nuevos proyectos.

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Debates.
- Conferencias.
- Análisis de textos.
- Ejercicios.
- Revisión bibliográfica.

BIBLIOGRAFIA B A S I C A

- BREWSTER, A.J. Introducción a la publicidad. Ed. C.E.C.S.A., s.e., s. l., 1980.
- COHEN, Dorothy. Publicidad comercial. Ed. Diana, s.e., México, 1972.
- KLEPPNER'S, Otto. Manual de publicidad. Ed. Prentice Hall, s.e., México, 1988.

EVALUACION DEL CURSO

- Investigación documental. 20%
- Investigación de campo. 30%
- Examen parcial. 25%
- Exmaen final. 25%



1. ASIGNATURA ANALISIS CRITICO DE LA COMUNICACION

2. CICLO 7o. SEMESTRE

3. CLAVE 0746

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

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

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Posibilita el análisis y la aplicación de los conocimientos adquiridos, incide también en la información y actualización.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO



No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
7	Analizará las agencias de noticias y sus sistemas - de operaciones.	<p><u>I ORIGENES Y DESARROLLO DEL SISTEMA INTERNACIONAL DE LA INFORMACION</u></p> <p>a) Orígenes y desarrollo del sistema internacional - de la información.</p> <p>b) Los inicios de las primeras agencias internaciona les de la información.</p> <p>c) Las trascendencias de la instalación de un cable trasatlántico.</p> <p>d) Aparición y desaparición de nuevas agencias norte americanas.</p> <p>e) La situación de las agencias de información antes de la aparición de la agencia TASS.</p> <p>f) Aparición de la agencia TASS</p> <p>g) La situación de las agencias informativas hasta - antes de la segunda guerra mundial.</p>
4	Identificará el principio de la libre circulación de informaciones.	<p><u>II EL PRINCIPIO DE LA LIBRE CIRCULACION DE INFORMA- CIONES</u></p> <p>a) El principio de la libre circulación de informa- ciones.</p> <p>b) La lucha por el principio de la libre circulación de informaciones.</p> <p>c) La promulgación del principio de la libre circu- lación de informaciones.</p>
6	Analizará la importancia y consecuencias de los sis temas de información.	<p><u>III LA ESTRUCTURA DEL SISTEMA INFORMATIVO INTERNACIO- NAL.</u></p> <p>a) La estructura del sistema informativo internacio- nal.</p> <p>b) Las agencias noticiosas en Europa Occidental y en Europa Oriental.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMÁTICO
8	<p>Analizará un conjunto de problemas que enfrenta - hoy la actividad informativa y las maneras en que las han afrontado las empresas de información de algunas naciones.</p>	<p>c) Las agencias de noticias en Asia y en Africa. d) Las agencias de noticias en América y Oceanía. e) La situación actual de las grandes agencias de información.</p> <p><u>IV EL NUEVO ORDEN INTERNACIONAL DE LA INFORMACION</u> a) El nuevo orden internacional de la información. b) Planteamiento del problema sobre el nuevo orden internacional de la información. c) Papel de la UNESCO en pos del nuevo orden internacional de la información. d) Actitud de las asociaciones internacionales de periodismo hacia el nuevo orden internacional de la información. e) La prominencia como explicación más plausible - del imperialismo informativo, respecto al orden actual de la información en el mundo.</p>
6	<p>Identificará la problemática a la que se enfrenta actualmente la prensa/</p>	<p><u>V LA PRENSA ANTE PROBLEMAS DE SUPERVIVENCIA</u> a) La prensa ante problemas de supervivencia. b) El fenómeno del gigantismo en la prensa. c) La publicidad como trampa y la especialización - como alternativa para sobrevivir. d) El doble filo de la publicidad como soporte económico a la prensa. e) La formación de conglomerados de empresas informativas. f) Dos alternativas como vías de supervivencia: La empresa mercantil y la empresa de redacción.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
5	Analizará las funciones fundamentales de la labor periodística.	<u>VI EL PERIODISTA COMO MATERIALIZADOR DE LA INFORMACION</u> a) El periodista como materializador de la información. b) La difícil tarea del periodista. c) La rebelión de las redacciones. d) El periodista como transformador de la información.
7	Evaluará el papel de la electrónica en los medios - de información.	<u>VII LA ELECTRONICA Y LA INFORMACION</u> a) La electrónica y la información. b) La transmisión electrónica de información. c) La radio y su capacidad informativa. d) La televisión y su capacidad informativa. e) La instantaneidad de la información electrónica. f) Información, lenguaje y política. g) Cómo enfrentarse a los medios electrónicos. h) Los sistemas vía satélite.
5	Evaluará la importancia que tiene para la comunicación la libertad de información.	<u>VIII LIBERTAD DE INFORMACION</u> a) Hacia la libertad de la comunicación b) La libertad de prensa como mito. c) Los medios informativos que tienen los países más desarrollados. d) El libertinaje informativo. e) La urgencia de la ética en la actividad informativa.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Exposición del maestro.
- Análisis del texto.
- Control de lecturas.
- Participación en clase.
- Debates.
- Discusiones dirigidas.
- Exposición de los alumnos.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

KITATANI, Kenji. Assessment of the new word information order "A Content analysis of international affairs coverage by the primary western television networks" Hoso bunka fundation, Inc. Washington state University.

LOPEZ ESCOBAR, Esteban. Análisis del "Nuevo Orden" internacional de información. Ed. EUNSA. Pamplonsa.

SERVAN SCHREIBER, Jean Louis. El poder de informar. Ed. DOPESA, s.e., España, s.f.

EVALUACION DEL CURSO

- Participaciones 30%
- Examen parcial 30%
- Examen final 40%



1. ASIGNATURA COMUNICACION SOCIAL II

2. CICLO 7o. SEMESTRE

3. CLAVE 0747

4. SERIACION 0640

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Evaluará la función de la comunicación social y el predominio de los modelos de comunicación privada desarrollando estrategias de participación e integración social.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Ubica el ejercicio profesional del comunicador en su dimensión social y humanística.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
20	Explicará el papel que desempeña la comunicación social, como institución gubernamental y los procesos de información que determinan la función de los medios de comunicación en los distintos municipios y entidades federativas.	<p><u>I SISTEMAS NACIONALES DE COMUNICACION</u></p> <p>a) Políticas de comunicación social.</p> <p>b) La coordinación pública de la comunicación social.</p> <p>c) La comunicación social y la prensa nacional.</p> <p>d) Los procesos de información institucional.</p> <p>e) La comunicación social y la función de los medios de comunicación:</p> <p>- Normas institucionales.</p> <p>- La interrelación de instituciones.</p> <p>f) La comunicación y su relación con la federación, estados y municipios.</p> <p>g) La función de la coordinación de comunicación social y las secretarías de Estado.</p> <p>h) La coordinación del boletín y su propagación de los medios.</p> <p>i) El éxito de una campaña política.</p>
12	Analizará los elementos de la planeación de una campaña política.	<p><u>II PLANEACION DE UNA CAMPAÑA POLITICA</u></p> <p>a) La comunicación social en los procesos electorales.</p> <p>b) La publicación política.</p> <p>c) La importancia de la comunicación social ante la competencia política.</p> <p>d) Estrategias de servicio a la comunidad.</p> <p>e) La participación de la comunidad en una campaña política.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	Analizará los procesos de planeación y administración de las políticas de comunicación social tanto en la institución pública como privada.	<p>III <u>PROCESOS POLITICOS DE COMUNICACION.</u></p> <p>a) Coordinación y planificación de la comunicación social.</p> <p>b) Propiedad de los medios de comunicación social.</p> <p>c) Inversiones públicas.</p> <p>d) Mecanismos de control social.</p> <p>e) Requisitos previos al funcionamiento.</p> <p>f) Ingreso en la profesión.</p> <p>g) Control de los recursos materiales.</p>
20	Evaluará el papel del comunicador social en la institución pública y privada, con la tendencia a respetar los derechos privados y a perfeccionar la comunicación social y la democracia en nuestro país.	<p>IV <u>LOS SISTEMAS DE COMUNICACION Y LA ESTRUCTURA POLITICA</u></p> <p>a) Características de las comunicaciones en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La institución pública. - Prensa del Estado. - Las secretarías de comunicación social. <p>b) La comunicación social y el plan de trabajo en los informaciones de gobierno.</p> <p>c) La comunicación social y la organización de las instituciones públicas.</p> <p>d) Sistemas de información.</p> <p>e) Control del contenido de los medios de comunicación social.</p> <p>f) Autorregulación y consejos de comunicación social.</p> <p>g) Protección de los derechos privados.</p> <p>h) Comunicación social y democracia.</p>

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

Investigación documental

Debate en grupos

Análisis de casos.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA. Políticas y sistemas nacionales de comunicación social. Coordinación general de comunicación social.DUVERGER, M. Sociología de la política. Colección Demos. s.e., España. 1983.GIDDENS, Anthony. La teoría social. Ed. Alianza. s.e. México. 1990.

EVALUACION DEL CURSO

Investigación documental 10 %

Trabajo de análisis de un problema de comunicación social 50%

Exámen parcial 20%

Exámen final 20 %



1. ASIGNATURA SEMINARIO DE PRODUCCION MULTIMEDIA

2. CICLO 7o. SEMESTRE

3. CLAVE 0748

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Evaluará el conjunto de los medios de comunicación y su aplicación a un hecho determinado.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Posibilita la integración de conocimientos teórico-metodológicos para la producción de contenidos de comunicación alternativa de multimedia.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
10	Identificará los diferentes medios audiovisuales utilizadas en la producción multimedia.	I <u>PRODUCCION MULTIMEDIA</u> a)Concepto. b)Identificación de recursos.
12	Analizará el proceso de producción multimedia desde el diagnóstico.	II <u>LA ESTRATEGIA MULTIMEDIA</u> a)Diagnóstico: -Cómunidad. -Perceptores.
10	Investigará la parte planificadora del proceso.	III <u>PLANIFICACION DE LA ESTRATEGIA MULTIMEDIA</u> a)Objetivos,justificación y determinación de etapas. b)Diferentes etapas de comunicación:Colectiva, Grupal e Interpersonal. c)Determinación de recursos humanos y materiales. d)Agenda:Tiempo y actividades.
16	Elaborará un diseño de producción multimedia.	IV <u>CONDICIONES PARA LA PRODUCCION DE MULTIMEDIA</u> a)Delimitación de mensajes,diseño y creatividad, producción de materiales. b)Aplicación:Preparación del lugar y secuencia.
16	Evaluará los resultados de la propuesta de la producción multimedia.	V <u>ELEMENTOS PARA LA EVALUACION DE MULTIMEDIA</u> a)Evaluación durante la aplicación. b)Seguimiento. c)Diagnóstico.

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
C O L O N

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Desarrollo y planteamiento de una estrategia multimedia.
- Investigación documental.
- Debate en grupo.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

BAENA PAZ, Guillermina, et al. Estrategia multimedia. Ed. Ediciones Eroda (Roda), s.e., México, 1990.

KIEFFER, Robert E. Enseñanza audiovisual. Ed. Troquel, s.e., Argentina, 1968.

KENP, Jerold E. Planificación y producción de materiales audiovisuales. Ed. Representaciones y servicios de Ingeniería, S. A., México, s.f.

EVALUACION DEL CURSO

- Proyecto de producción multimedia. 50%
- Investigación documental. 10%
- Examen parcial. 20%
- Examen final. 20%



1. ASIGNATURA TEORIA Y CRITICA DEL CINE

2. CICLO 7o. SEMESTRE

3. CLAVE 0749

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64


7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Analizará los antecedentes, factores sociales y culturales que rodearon al cine desde su origen, así como los aspectos artísticos y técnicos que inciden en la producción cinematográfica.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Complementa el bagaje cognoscitivo que posibilite una mejor comprensión de los diferentes ámbitos y áreas de la comunicación.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

NO. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
10	Analizará los factores más importantes que antecedieron el nacimiento del cine.	I <u>EL CINE MUDO</u> a) El invento. b) Lumiere y Melies. c) Primer florecimiento en Estados Unidos. d) Francia y el film D'art. e) Los países nórdicos. f) La explosión soviética. g) La edificación de Hollywood.
7	Analizará las causas que dieron lugar al cine hablado y los efectos que repercutieron en la industria cinematográfica.	II <u>EL CINE HABLADO</u> a) Advenimiento del cine hablado. b) El cine en E.U.A. y la escuela de Nueva York. c) Realismo poético en Francia. d) Florecimiento en Inglaterra y en Europa.
10	Investigará las corrientes y tendencias del cine hasta nuestros días.	III <u>LA EPOCA CONTEMPORANEA</u> a) Neorealismo. b) Hollywood desde 1943. c) Europa. d) Las democracias populares. e) América Latina. f) El oriente.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
13	Examinará los elementos que intervienen en la producción de una película.	IV <u>LA PRODUCCION CINEMATOGRAFICA</u> a)El presupuesto y los costos b)El guión. c)La adaptación. d)Castín y actores. e)Los productores. f)Los materiales. g)La fotografía. h)La edición. i)La música. j)La técnica y el lanzamiento.
12	Criticaré las clases de cine desde el punto de vista técnico y estructural así como sus nuevos campos de acción.	V <u>LAS CLASES DE CINE EN NUESTROS DIAS</u> a)La crisis en la conciencia burguesa. b)El cine político. c)Cine erótico. d)Cine visto por todos "Videohome". e)Cine documental. f)Los festivales.
12	Analizaré los factores estructurales de realización, visualización y comunicación que contiene una película.	VI <u>EL CINE COMO FENOMENO SOCIAL</u> a)La comunicación en el cine. b)Modelos de comunicación cinematográfico. c)Modelos de significado. d)Modelos de cambio. e)Lenguajes y modelos de cultura. f)Público cinematográfico. g)Las salas cinematográficas. h)Cine y sociedad.

UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
C O L O N

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Realizará críticas cinematográficas.
- Participará en proyecciones de películas y debates.
- Participará en exposiciones y discusiones sobre los temas del curso.
- Realizará investigación documental sobre los temas del curso.
- Elaborará un breve ensayo sobre algún tema del curso.
- Participará en foros y debates.

BIBLIOGRAFIA
B A S I C A

- BETTETINI, G. Cine, lengua y escritura. Ed. Fondo de Cultura Económica, s.e., s. l., 1986.
- SADOUL, Georges. Historia del cine mundial. Ed. Siglo XXI, s.e., México, 1987.
- TUDOR, A. Cine y comunicación social. Ed. Gustavo Gili, s.e., España, 1975.

EVALUACION DEL CURSO

- Participación en debates de las proyecciones 10%
- Reportes de críticas cinematográficas 50%
- Examen parcial 20%
- Examen final 20%



1. ASIGNATURA SEMINARIO INTEGRADOR DE LA COMUNICACION

2. CICLO 8o. SEMESTRE

3. CLAVE 0850

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	4	6	8

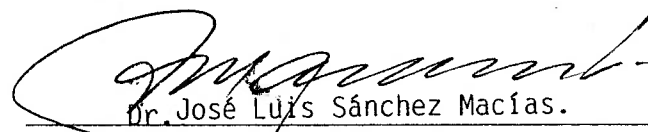
6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 96

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Propondrá alternativas de comunicación a las diversas demandas existentes de organizaciones - públicas y privadas tomando como base los diversos formatos.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Responde a la integración de la enseñanza y de la investigación de la comunicación social para ser aplicada a los diversos campos del mercado de trabajo del comunicador social.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMÁTICO
16	Analizará el campo de la comunicación social y las variables donde incide el comunicador como profesional.	<p>I <u>SOCIEDAD Y NECESIDADES SOCIALES</u></p> <p>a) La sociedad como mercado y el campo del comunicador.</p> <p>b) Los ámbitos del mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Geográfico. *Social. *Económico. *Tecnológico. *Político-Legal. <p>c) Empresa y mercado.</p> <p>d) Empresa, sociedad y medios masivos</p>
16	Analizará la función de las técnicas de persuasión colectiva en el mercado de todos y cada uno de los medios de comunicación masiva.	<p>II <u>LOS MEDIOS Y LAS TECNICAS</u></p> <p>a) Publicidad.</p> <p>b) Relaciones públicas.</p> <p>c) Propaganda.</p>
16	Analizará las funciones del comunicador en el interior de los distintos medios impresos.	<p>III <u>MEDIOS IMPRESOS</u></p> <p>a) El diario y funciones del comunicador</p> <p>b) La revista: Horizontales y verticales</p> <p>c) El folleto House Organ:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Estructura y formato *Contenido *Presentación.

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
16	Analizará las funciones del comunicador en el seno de la radio, la televisión y el cine.	IV <u>MEDIOS AUDIOVISUALES</u> a) El radiodifusión: funciones del comunicador. b) La televisión: Funciones del comunicador. c) El cinematógrafo: funciones del comunicador.
16	Analizará las funciones del comunicador en el seno de las organizaciones públicas y privadas.	V <u>ORGANIZACION PUBLICA Y PRIVADA</u> a) La investigación interna y externa b) Los programas de comunicación social : -Producción -Distribución -Seguimiento
16	Analizará las funciones del comunicador como autogestor de contenidos comunicacionales de multimedia en aplicaciones diversas del mercado.	VI <u>RECURSOS ALTERNATIVOS DEL COMUNICADOR</u> a) Las diapositivas b) Los diagramas c) Las filminas d) Los videos e) Los cortometrajes.

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

Discusiones dirigidas

Elaboración de programas de comunicación ante necesidades de organizaciones públicas y privadas.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

ZECHETTO, V. Comunicación y actitud crítica. Ed Paulinas.s.e.,s.l.,s.f.

BALLE, F. y G. EYMERY. Los nuevos medios de comunicación masiva. Ed.F.C.E.s.e., México, 1988.

BAENA, G. Estrategia multimedia.s.e,s.l.,s.f.

EVALUACION DEL CURSO

Participación de trabajos 20%

Producción de proyectos terminales 80%



1. ASIGNATURA PROBLEMAS CONTEMPORANEOS DE MEXICO

2. CICLO 8o. SEMESTRE

3. CLAVE 0851

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	1	3	5

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:
Analizará la problemática social contemporánea y el comportamiento de los alcances y limitantes de la comunicación social.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Responde al conocimiento del desarrollo de las nuevas tecnologías y problemas sociales que inciden en el ámbito de la comunicación.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
16	Analizará la problemática global de las nuevas tecnologías y su influencia en la sociedad contemporánea.	<p><u>I PROBLEMÁTICA GEOPOLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN</u></p> <p>a) El surgimiento de las nuevas tecnologías. b) Ventajas y limitaciones de las nuevas tecnologías. c) El desarrollo de las políticas internacionales de comunicación. d) Los sistemas de comunicación y los problemas regionales. e) El concepto de dialéctica en la comunicación social. f) El papel del comunicador ante los sistemas avanzados de Telecomunicación.</p>
10	Analizará los diversos problemas de desarrollo comunitario, sus diferentes formas de integración, ecología y perspectivas.	<p><u>II DEMOGRAFÍA Y COMUNICACIÓN SOCIAL</u></p> <p>a) Los asentamientos humanos y la comunicación. b) Los problemas sociales de desarrollo urbano, rural y la comunicación. c) La capacidad integradora de los medios ante la problemática de la preservación del medio ambiente.</p>
10	Analizará la complejidad de la problemática social ante la entrada del tratado de libre comercio.	<p><u>III DESARROLLO ECONÓMICO Y COMUNICACIÓN</u></p> <p>a) Panorama social y económico del México actual. b) Problemática alimentaria nacional. c) Problemática de vivienda. d) Problemática de desempleo. e) Problemática de educación. f) Problemática de cambio social y de Tratado de Libre Comercio. g) La nueva competencia ante el Tratado de Libre Comercio.</p>

No. HORAS
ESTIMADAS

OBJETIVOS DE UNIDAD

CONTENIDO TEMATICO

12

Analizará. la eficacia de los medios de comunicación ante la transformación social, económica y política de México.

IV LA COMUNICACION Y EL DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL CONTEMPORANEO

- a) La adaptación social al cambio.
- b) Los medios como generadores de adaptación al cambio.
- c) La necesidad de generar nuevos contenidos al valor social de la información.
- d) La búsqueda de la excelencia en los sistemas de comunicación.

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Discusión dirigida.
- Elaboración de ensayos.
- Publicaciones de ensayos y documentos. ✓

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

BOHMAN K. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. S.e.,s.e.,s.l.,s.f.

MILL, J. Principios de la Economía Política. S.e.,s.e.,s.l.,s.f.

MENDEZ, José. Problemas económicos de México. Ed. Interamericana.,s.e.,México.,1989.

C O M P L E M E N T A R I A

MENDEZ, José. y BALLESTEROS, . Problemas y política económica de México. Ed. Interamericana.s.e.,México.1989.

EVALUACION DEL CURSO

Participación en exposiciones y discusiones 20 %

Exámen parcial 20%

Exámen final 30 %

Elaboración de ensayo 30 %



1. ASIGNATURA ETICA PROFESIONAL

2. CICLO 8o. SEMESTRE

3. CLAVE 0852

4. SERIACION _____

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
3	-	3	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 48

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Analizará la función ética, en el quehacer del comunicador.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULUM

Permite el logro de una formación integral que exige conocimientos de ética y axiología dentro de su profesión.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR ~~O~~ RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
5	Identificará las nociones básicas de la ética.	<p>I. <u>INTRODUCCION</u></p> <p>a) Definición de ética, sus métodos, sentidos y criterios.</p> <p>b) Los factores básicos a considerar en la actuación y valoración ética.</p>
7	Describirá la relación del quehacer profesional con la conducta ética.	<p>II <u>LA PROFESION Y EL PROFESIONAL</u></p> <p>a) Distintos enfoques y posturas éticas en relación a la actividad personal.</p> <p>b) Legitimidad de la ética profesional.</p> <p>c) Relación entre ética y la información.</p> <p>d) El aspecto ético en la eficacia y la eficiencia de los medios de comunicación social.</p> <p>e) Los principios y fines prácticos de la deontología periodística.</p>
7	Analizará los criterios éticos a considerar para la selección de la información periodística.	<p>III <u>CONTENIDO ETICO DE LA INFORMACION</u></p> <p>a) En que consiste el derecho a la información.</p> <p>b) Objetividad informativa, la verdad y el criterio ético del informador.</p> <p>c) El compromiso ético del informador como puente entre el hecho noticiable y el público.</p> <p>d) La relatividad de la libertad y la independencia informativa.</p> <p>e) Las relaciones libertad-responsabilidad.</p> <p>f) El concepto de justicia como virtud fundamental en la labor informativa.</p> <p>g) Las limitaciones en la publicación de información.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
5	Analizará los deberes del informador profesional.	<p><u>IV LOS DEBERES DEL COMUNICADOR</u></p> <p>a) Formulación de los deberes periodísticos.</p> <p>b) Los deberes básicos del comunicador.</p> <p>c) Los códigos de honor y sus diferencias con la ética.</p>
8	Analizará la indisoluble relación entre la capacidad intelectual y la moral del profesionista.	<p><u>V INTELLECTUALIDAD Y MORAL PROFESIONAL</u></p> <p>a) Relación entre preparación intelectual y visión del mundo.</p> <p>b) El concepto de la sensibilidad para la verdad informativa.</p> <p>c) Creatividad informativa.</p> <p>d) Alcances y limitaciones de la divulgación científica.</p> <p>e) La magnitud y las ventajas del trabajo en equipo.</p> <p>f) El aspecto ético del cumplimiento responsable.</p>
8	Analizará la ética en el lenguaje, fuentes y medios de que se vale el comunicador.	<p><u>VI FORMAS, AREAS Y MEDIOS</u></p> <p>a) Diferenciará las formas (noticia, entrevista, artículo, reseña o crítica, reportaje, etc.) en el sentido ético.</p> <p>b) Los distintos lenguajes y expresiones desde el punto de vista deontológico.</p> <p>c) La relación de diversos tipos de orgímenes informativos (políticos, religiosos, culturales, sociales) y la deontología de la información.</p> <p>d) Diferencias entre las secciones informativas y las especializadas.</p> <p>e) El empleo de los medios técnicos de comunicación social y la ética profesional.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
8	Analizará la relación ética en la información publicitaria y la propaganda.	<p>VII <u>LA PUBLICIDAD, LA PROPAGANDA Y LAS RELACIONES PUBLICAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) La relación publicidad-moralidad y la responsabilidad acerca de la publicidad en los medios. b) La clasificación de la publicidad desde el punto de vista ético. c) Propaganda y responsabilidad social. d) El efecto del uso y abuso de la propaganda paga y espontánea. e) La ética como producto de la consideración; la información como estudio científico. f) Los alcances de la responsabilidad social. g) Relaciones públicas y responsabilidad social. h) El comunicador humanista.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Discusiones dirigidas.
- Análisis de medios informativos.
- Investigación documental y de campo.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

S. a. Antología de ética. Lecturas Universitarias. Ed. UNAM, s.e., s. l., s. f.

STEVENSON, C. L. Etica y lenguaje. Ed. Paidós, s.e., s. l., s.f.

TOULMIN, S. E. El puesto de la razón en la ética. Ed. Alianza Universidad, s.e., s. l., s. f.

C O M P L E M E N T A R I A

HABERMAS, J. Historia y crítica de la opinión pública. Ed. Gustavo Gili, s.e., s. l., s. f.

HABERMAS, J. Teoría de la acción comunicativa. Ed. Taurus, s.e, s. l., s.f.

EVALUACION DEL CURSO

- Participación. 10%
- Reporte de análisis de los medios. 10%
- Reporte de lecturas. 10%
- Examen parcial 20%
- Entrega de un trabajo final. 50%

BILIOGRAFIA

C O M P L E M E N T A R I A

HARE, R. M. El lenguaje de la moral. Ed. UNAM, s.e, s.l., s.f.

HUDSON, W. D. La filosofía moral contemporánea. Ed. Alianza Universidad, s.e., s. l., s. f.

BRAJNOVI, L. Deontología periodística. Ed. E.U.N.S.A., s.e., s. l., s.f.



1. ASIGNATURA SEMINARIO DE TESIS

2. CICLO 8o. SEMESTRE

3. CLAVE 0853

4. SERIACION 0642

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 64

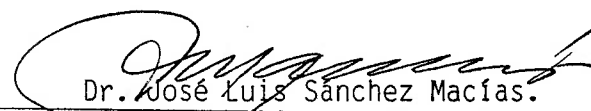
7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Empleará la metodología para diseñar, elaborar y presentar un trabajo de tesis en el área de la comunicación de acuerdo a las disposiciones que reglamentan el proceso general.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Incide en el desarrollo de la habilidad para analizar objetiva y racionalmente los problemas a que se enfrenta el comunicador, posibilitando la creatividad y participación para ensayar posibles soluciones.


Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADÉMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
6	Analizará la importancia de la tesis frente al - proceso de titulación de la U. C. C.	<p>I <u>INTRODUCCION</u></p> <p>a) Importancia y propósitos de una tesis.</p> <p>b) Problemas más frecuentes al elaborar la tesis.</p> <p>c) Disposiciones reglamentarias - Reglamento de titulaciones de la U.C.C.</p> <p>d) El tema de la tesis en comunicación.</p> <p>e) Reglas para seleccionar el tema de la tesis.</p>
6	Analizará la trascendencia de la metodología en - un trabajo de investigación.	<p>II <u>METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION</u></p> <p>a) Importancia de la metodología en un trabajo de investigación.</p> <p>b) Criterios para definir la metodología para el - análisis de la información.</p> <p>c) Aplicación de la metodología en el desarrollo - de las ideas y el análisis de los resultados.</p>
16	Aplicará los mecanismos de evaluación de un trabajo de tesis, en un caso específico.	<p>III <u>EVALUACION DE LA TESIS</u></p> <p>a) Evaluación interna del trabajo de tesis.</p> <p>b) Evaluación externa del trabajo de tesis.</p> <p>c) Cumplimiento o no de los objetivos.</p> <p>d) Comprobación y/o rechazo de la hipótesis.</p> <p>e) Destacar las ideas y resultados fundamentales del trabajo de tesis.</p>
16	Elaborará un proyecto de tesis.	<p>IV <u>PLANEACION DEL TRABAJO DE TESIS</u></p> <p>a) Identificación de la problemática a estudiar en el área de la comunicación.</p> <p>b) Delimitación de la problemática.</p>

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
12	<p>Aplicará los lineamientos de presentación que deben reunir los trabajos de investigación con los requisitos mínimos de calidad y cantidad que se requieren para su aprobación.</p>	<p>c) Estructura metodológica - Planteamiento del problema. - Delimitación de objetivos. - Formulación de la hipótesis. - Diseño de la prueba.</p> <p>d) Marco teórico referencial.</p> <p>e) Obtención de la información - Documental. - De campo.</p> <p>f) Plan de trabajo - Orden e integración de la información. - Interpretación de los datos.</p> <p><u>V LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA PRESENTACION DEL TRABAJO DE TESIS.</u></p> <p>a) Elaboración de la portada. b) Elaboración del índice general. c) Elaboración de la introducción. d) Cuerpo capitular. e) Citas bibliográficas. f) Elaboración de las conclusiones. g) Anexos. h) Apéndices. i) Bibliografía.</p>
8	<p>Conocerá las disposiciones que regulan el proceso de presentación del examen profesional y los criterios de evaluación del mismo.</p>	<p><u>VI EXAMEN PROFESIONAL</u></p> <p>a) Disposiciones reglamentarias. b) Protocolo de exámenes profesionales. c) Comentarios generales sobre el desarrollo del examen profesional. d) Evaluación del examen profesional.</p>



UNIVERSIDAD
CRISTÓBAL
COLÓN

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Discusiones dirigidas.
- Eligirá un tema tentativo de tesis, observando la estructura vista en el cuerpo.
- Trabajos de tesis.
- Evaluación de trabajos de tesis.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

ASTI VERA, Armando. Metodología de la Investigación. Ed. Kapelusz, s.e., México, s. f.

GUITRON FUENTE VILLA, Julián. Tesis. Ed. Promociones jurídicas y culturales, s.e., s. l., s.f.

ROJAS SORIANO, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. Ed. Plaza y Valdés, s.e., s. l., s. f.

S. a. Manual de metodología de la Universidad Cristóbal Colón. s. E., s.e., s. l., s. f.

C O M P L E M E N T A R I A

TABORGA, Huascar. Cómo hacer una tesis. Ed. Grijalbo, s.e., México, s.f.

ZUBIZARRETA F. Armando. La aventura del trabajo intelectual. Ed. Addison-Wesley Iberoamericana, s.e, s. l., s.f.

EVALUACION DEL CURSO

- Presentación de un proyecto de tesis que cumpla con las estructuras metodológicas. 70%
- Evaluación de trabajos de tesis. 20%
- Examen parcial. 10%



1. ASIGNATURA TALLER DE MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA

2. CICLO 8o. SEMESTRE

3. CLAVE 0854

4. SERIACION 0748

5.

H.T.S	H.P.S	T.H.S	C.
2	3	5	7

6. TOTAL HORAS-CLASE POR CURSO 80

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Al término del curso, el alumno:

Valorará en forma general la utilización de los medios de comunicación masiva en las diferentes áreas en funciones de educar, entretener e informar.

8. VINCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CURRÍCULO

Proporciona al comunicador procesos de integración formativas, utilizando las mass media en las diversas áreas de su ejercicio profesional.

Dr. José Luis Sánchez Macías.

9. DIRECTOR O RESPONSABLE ACADEMICO

No. HORAS ESTIMADAS	OBJETIVOS DE UNIDAD	CONTENIDO TEMATICO
20	Elaborará un órgano informativo impreso.	<u>I LAS NOTICIAS Y LA FUNCION DE INFORMAR</u> a) Las noticias como necesidad. b) Los criterios de seleccionar las noticias. c) Proceso de recopilación de noticias. d) La audiencia de noticias. e) La caricatura política.
20	Diseñará publicidad en los medios masivos para las ventas.	<u>II LOS MEDIOS MASIVOS Y LA PUBLICIDAD</u> a) El uso de la publicidad en cada medio. b) El spot radiofónico. c) El anuncio televisivo. d) El espacio publicitario en prensa.
20	Realizará trabajos que reflejen la vinculación que existe entre los medios masivos y el gobierno.	<u>III LA PROPAGANDA POLITICA</u> a) Diseño de estrategias de promoción de imagen. b) Diseño de mensajes para diferentes medios de comunicación. c) Evaluación de resultados.
20	Elaborará programas educativos y culturales para -- los medios masivos.	<u>IV LA FUNCION DE LOS MEDIOS EN LA CULTURA O EDUCACION.</u> a) Desarrollo de un programa para la educación televisada. b) Desarrollo de un programa radiofónico cultural de entretenimiento.



EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Elaboración de un órgano informativo impreso.
- Diseño de publicidad.
- Elaboración de propaganda política, educativa y cultural.

BIBLIOGRAFIA

B A S I C A

- CAZENEUVE, J. El hombre telespectador. Colección punto y línea. s. E., s.e., España, 1977.
- DE FLEUR, M. L. Teoría de la comunicación masiva. Ed. Paidós, s. e., Argentina, 1980.
- WRIGHT, Charles. Comunicación de masas. Ed. Paidós, s.e., Argentina, 1980.

C O M P L E M E N T A R I A

- HIEBERT, R.E., et al. Mass Media. Ed. Longman, s.e., New York, 1982.
- MC QUAIL, D. Sociología de los medios masivos de comunicación. Ed. Paidós, s.e, Argentina, 1979.
- SCHRAMM, W. La ciencia de la comunicación humana. Ed. Roble, s.e., México, 1975.

EVALUACION DEL CURSO

- Examen parcial. 10%
- Elaboración de un órgano , información impresa. 30%
- Diseño de publicidad. 30%
- Elaboración de una propaganda política, educativa y cultural. 30%