

OBJETIVOS:

Formar profesionales en comunicación creativos, capaces de realizar tareas de planeación, producción en medios, coordinación, distribución y evaluación de proyectos en los diferentes aspectos de la comunicación social.

Formar profesionales capacitados en el manejo de las diversas teorías y técnicas de la comunicación encaminados a contribuir al desarrollo de la comunidad.

Capacitar especialistas en las distintas fases de la producción de mensajes impresos, audiovisuales y alternativos.

Preparar profesionales analíticos y críticos capaces de observar fenómenos sociales a fin de detectar necesidades, elaborar y proponer políticas y estrategias de comunicación que coadyuven en el desarrollo de nuestra sociedad.

PERFIL DEL ASPIRANTE:

- Actitudes emprendedoras.
- Capacidad para relacionarse
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Deseos de actualización permanente.
- Dominio de la ortografía y la redacción.
- Espíritu de servicio para la comunidad.
- Facilidad de palabra.
- Facilidad para aprender lenguas extranjeras.
- Facilidad para la redacción y la oratoria.
- Inclinação por la estética.
- Interés por el conocimiento científico.
- Interés por la situación económica, social y cultural del mundo, del país y la región.

PERFIL DEL EGRESADO:

- El profesional en Comunicación es un individuo con una formación teórica humanística capaz de manejar en forma práctica las técnicas y herramientas de la comunicación social.
- Dada la formación interdisciplinaria que ofrece la carrera de Comunicación e Información, el egresado posee una visión general de la herencia cultural del hombre y los fenómenos económicos, políticos y socioculturales que afectan su entorno, lo que permite situarse en el momento histórico actual. Dicha visión contribuye a la sensibilización y formación de un espíritu crítico, analítica y creativo, cualidades que el profesionista debe tener.
- Para el futuro del egresado en Comunicación e Información posea las características antes mencionadas el plan de estudios se ha estructurado con una duración de cuatro años, periodo en el cual el alumno adquirirá una formación teórico-práctica orientada a:

CONOCIMIENTOS

- De su herencia histórica y cultural.
- En la problemática política, social y económica de México y de nuestro estado.
- De los orígenes, evolución y función social de los medios comunicación.
- De las diversas corrientes que estudian la comunicación.
- De las formas y tipos de comunicarse.
- Del manejo de lenguaje humano.
- De la formación de la cultura visual y auditiva
- De las herramientas y las técnicas de los principales medios de comunicación.
- Un idioma extranjero.
- De las humanidades y las ciencias sociales.

- Para identificar diferentes tipos de públicos y dirigir los mensajes adecuados.
- Para organizar y dirigir medios de comunicación.
- Teóricos de los géneros periodísticos.

HABILIDADES

- Para investigar, analizar y resolver los problemas de comunicación tanto masiva como alternativa.
- Para generar y expresar ideas y conceptos creativos a través de diferentes medios masivos y alternativos.
- Para implementar y evaluar estrategias y programas para los diferentes medios de comunicación masivos y alternativos.
- Para manejar diferentes materiales, instrumentos y equipos utilizados para producir mensajes.
- Para realizar mensajes usando su propia voz, expresión corporal e ideas.
- Para redactar y estructura mensajes escritos.
- Para producir programas radiofónicos en diferentes formatos y contenidos.
- Para producir en diferentes medios audiovisuales como cine, television, Internet.
- Para expresarse por medio de la fotografía.
- Para gestionar diseños y producir mensajes para públicos específicos.

ACTITUDES

- Interés por la situación económica, social y cultural del mundo, del país y de la región.
- Inclinación por estética.
- Capacidad para relacionarse.
- Capacidad para tomar decisiones y solucionar problemas.
- Sensibilidad para divulgar el quehacer cultural.
- Par contribuir a que el proceso de de comunicación se dedique a favorecer la sociedad a través e la generación de mensajes veraces técnicamente bien realizados.
- Capacidad de autocrítica y apertura a la crítica.
- Deseos de actualización permanente.
- Espíritu de servicio a la comunidad.
- Inquisitivo e innovador.
- Disponibilidad para trabajar fuera de los horarios fijos.
- Valor para defender sus convicciones
- Para interactuar con otras disciplinas

CAMPO DE TRABAJO:

El egresado de esta carrera, con base a su formación y en la necesidad de la comunidad de Aguascalientes, puede encausarse a trabajar en el todo el proceso de elaboración de mensajes, sean impresos, audiovisuales o alternativos, en cada una de sus fases: investigación, planeacion, diseño, producción, coordinación, distribución y evolución de las siguientes áreas:

- **COMERCIAL:** esta área abarca el ámbito de la iniciativa privada en donde se tiene como objetivos principales ofrecer productos, servicios, información y entretenimiento.
- **PUBLICA:** esta área se refiere a la aplicación de programas y campañas de comunicación social principalmente en instituciones públicas y/o gubernamentales en donde primordialmente se manejan oficinas de prensa, sondeos de opinión publica.
- **CULTURAL:** su función esta encaminada al diseño, promoción y difusión de la cultura a través de los medios de comunicación.
- **EDUCATIVA:** apoyar a la educación por medio de la producción de mensajes educativos y poner la comunicación al servicio de la educación.
- **ALTERNATIVA:** conocer y rescatar las formas de comunicación que se dan en las comunidades para devolverlas a través de medios alternativos y populares y así ayudan a reconstruir y/o consolidar la cultura popular.
- **CONSULTORIA PROFESIONAL:** el egresado podrá trabajar de forma independiente, brindando servicios profesionales para elaborar y diseñar mensajes a diferentes empresas y comercios.

DURACIÓN:

Ocho semestres.

PLAN DE ESTUDIOS**PLAN 2003
CARRERA 18**

PRIMER SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
LÓGICA ARGUMENTATIVA	5	0	10	CSYH	FILOSOFÍA
TALLER DE PERIODISMO DE INFORMACIÓN	2	3	7	CSYH	COMUNICACIÓN
TALLER DEL SONIDO	0	3	3	CSYH	COMUNICACIÓN
EXPRESIÓN VERBAL	2	3	7	CSYH	COMUNICACIÓN
TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN	5	0	10	CSYH	COMUNICACIÓN
FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN	2	0	4	CSYH	FILOSOFÍA
HISTORIA Y APRECIACIÓN FOTOGRÁFICA	2	3	7	CSYH	COMUNICACIÓN
SEGUNDO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
ESTRUCTURA DE LA LENGUA ESPAÑOLA	5	0	10	CSYH	LETRAS
TALLER DE PERIODISMO DE OPINIÓN	2	4	8	CSYH	COMUNICACIÓN
LENGUAJE RADIOFÓNICO	2	4	8	CSYH	COMUNICACIÓN
HISTORIA MUNDIAL DEL CINE	4	0	8	CSYH	COMUNICACIÓN
TÉCNICAS FOTOGRÁFICAS I	3	2	8	CSYH	COMUNICACIÓN
APRECIACIÓN DEL ARTE CONTEMPORÁNEO	1	3	5	CSYH	HISTORIA
TERCER SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
SEMIÓTICA	5	0	10	CSYH	COMUNICACIÓN
TALLER DE PERIODISMO DE INTERPRETACIÓN	2	3	7	CSYH	COMUNICACIÓN
FORMATOS RADIOFÓNICOS	2	3	7	CSYH	COMUNICACIÓN
DISEÑO EDITORIAL	2	3	7	CDC	IMAGEN Y PRODUCTO
TÉCNICAS FOTOGRÁFICAS II	2	4	8	CSYH	COMUNICACIÓN
TEORÍA DE LA IMAGEN	4	0	8	CSYH	COMUNICACIÓN
CUARTO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	4	3	11	CSYH	COMUNICACIÓN
ELEMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO	2	3	7	CDyC	DISEÑO DE IMAGEN Y PRODUCTO
PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA	2	3	7	CSYH	COMUNICACIÓN
LENGUAJE TELEVISIVO	2	3	7	CSYH	COMUNICACIÓN
HISTORIA Y PROBLEMAS POLÍTICOS Y SOCIALES DEL MÉXICO CONTEMPORÁNEO	2	3	7	CSYH	HISTORIA
COSTOS DE PRODUCCIÓN	1	2	4	CEA	CONTABILIDAD
QUINTO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
ESTADÍSTICA APLICADA A LA COMUNICACIÓN	3	2	8	CCB	ESTADÍSTICA
ANÁLISIS DE CONTENIDOS Y RECEPCIÓN	1	3	5	CSYH	COMUNICACIÓN
EDICIÓN DE MATERIAL IMPRESO	2	4	8	CSYH	COMUNICACIÓN

QUINTO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
VIDEO PRODUCCIÓN	2	4	8	CSYH	COMUNICACIÓN
MERCADOTECNIA	3	2	8	CCEyA	MERCADOTECNIA
TALLER DE MULTIMEDIA	2	4	8	CSYH/CCB	COMUNICACIÓN/SIST. INFORMACIÓN

SEXTO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
PUBLICIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	3	2	8	CSYH	COMUNICACIÓN
POSTPRODUCCIÓN DEL VIDEO	2	4	8	CSYH	COMUNICACIÓN
FORMACIÓN EN VALORES PROVISIONALES	4	0	8	CSYH	FILOSOFÍA
EL DERECHO DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	4	0	8	CDC	DERECHO
ENCUESTAS DE OPINIÓN	2	4	8	CSYH	ESTADÍSTICA
PROCESO ADMINISTRATIVO	3	2	8	CCEyA	ADMÓN BÁSICA

MODULO I PUBLICIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS I

SÉPTIMO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR	3	2	8	CSYH	PSICOLOGÍA
PRODUCCIÓN Y COSTOS EN MEDIOS	1	3	5	CSYH	COMUNICACIÓN
COMERCIO ELECTRÓNICO	2	2	6	CSYH	COMUNICACIÓN
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	2	2	6	CEA	ADMÓN BÁSICA
PLANEACIÓN DE MEDIOS	3	1	7	CSYH	COMUNICACIÓN
PRODUCCIÓN Y TÁCTICAS PARA MEDIOS SELECTIVOS	2	2	6	CSYH	COMUNICACIÓN
NORMATIVIDAD PUBLICITARIA	2	2	6	CSYH	COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS II

OCTAVO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	2	3	7	CSYH	PSICOLOGÍA
PLANES DE COMERCIALIZACIÓN	2	1	5	CEA	MERCADOTECNIA
ESTRUCTURA Y DIRECCIÓN DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD	2	2	6	CEA	ADMINISTRACIÓN BÁSICA
COMERCIO ELECTRÓNICO INTER EMPRESARIAL	2	1	5	CSYH	COMUNICACIÓN
ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS PUBLICITARIAS	3	2	8	CSYH	COMUNICACIÓN
IDENTIDAD CORPORATIVA	2	2	6	CSYH	COMUNICACIÓN
RELACIONES PUBLICAS	2	2	6	CSYH	COMUNICACIÓN
DISEÑO PUBLICITARIO	2	2	6	CSYH	COMUNICACIÓN

MODULO II COMUNICACIÓN SOCIAL

SÉPTIMO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
COMUNICACIÓN SOCIAL Y ALTERNATIVA	2	4	8	CSyH	COMUNICACIÓN
INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL I	4	2	10	CSyH	COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN Y CULTURA	5	0	10	CSyH	COMUNICACIÓN

SÉPTIMO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
PROBLEMÁTICA SOCIAL Y CULTURAL DEL MÉXICO CONTEMPORÁNEO	4	0	8	CSyH	SOCIOLOGÍA
PRODUCCIÓN Y COSTOS EN MEDIOS	2	2	6	CSyH	COMUNICACIÓN
PROPAGANDA Y DIFUSIÓN SOCIAL	2	2	6	CSyH	COMUNICACIÓN

OCTAVO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
HISTORIA DEL ARTE EN AGUASCALIENTES	2	2	6	CSyH	HISTORIA
ESTUDIOS COMUNITARIOS DE AGUASCALIENTES	2	4	8	CSyH	SOCIOLOGÍA
INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL II	2	4	8	CSyH	COMUNICACIÓN
PRODUCCIÓN CULTURAL Y EDUCATIVA	2	6	10	CSyH	COMUNICACIÓN EDUCACIÓN
RELACIONES PUBLICAS Y ORGANIZACIÓN DE ACTOS	2	2	6	CSyH	COMUNICACIÓN

MODULO III PRÁCTICAS INFORMATIVAS

SÉPTIMO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIA	2	2	6	CSyH	COMUNICACIÓN
CRÓNICA ESPECIALIZADA	1	2	4	CSyH	COMUNICACIÓN
PERIODISMO EN INTERNET	2	3	7	CSyH	COMUNICACIÓN
PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA DE PROGRAMAS INFORMATIVOS	2	4	8	CSyH	COMUNICACIÓN
DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA	4	0	8	CSyH	FILOSOFÍA
PROBLEMAS ECONÓMICAS DE MÉXICO CONTEMPORÁNEO	4	0	8	CEyA	ECONOMÍA
ESTRUCTURA Y DIRECCIÓN DE UN MEDIO INFORMATIVO	2	2	6	CSyH	COMUNICACIÓN

OCTAVO SEMESTRE.	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
PERIODISMO COMPARADO	4	0	8	CSyH	COMUNICACIÓN
DISEÑO E IMPRESIÓN DE MEDIOS INFORMATIVOS	2	4	8	CSyH	COMUNICACIÓN
PRODUCCIÓN TELEVISIVA DE PROGRAMAS INFORMATIVOS	2	4	8	CSyH	COMUNICACIÓN
LIDERAZGO DE OPINIÓN	3	0	6	CSyH	COMUNICACIÓN
PERIODISMO CIVIL	4	0	8	CSyH	COMUNICACIÓN
PERIODISMO GRÁFICO	2	2	6	CSyH	COMUNICACIÓN

MODULO IV REALIZACIÓN

SÉPTIMO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
FOTOGRAFÍA EN ESTUDIO (SOCIAL Y PUBLICITARIA)	2	6	10	CSyH	COMUNICACIÓN
TÉCNICAS AVANZADAS DE ILUMINACIÓN EN FOTOGRAFÍA	2	2	6	CSyH	COMUNICACIÓN
PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA Y TELEVISIVA	4	0	8	CSyH	COMUNICACIÓN
GUIONISMO CINEMATOGRAFICO Y TELEVISIVO	2	4	8	CSyH	COMUNICACIÓN
TELEVISIÓN EN ESTUDIO	2	6	10	CSyH	COMUNICACIÓN

OCTAVO SEMESTRE	HT	HP	C	CENTRO	DEPTO
FOTOGRAFÍA INDUSTRIAL Y ARQUITECTÓNICA	2	6	10	CSyH	COMUNICACIÓN
ILUMINACIÓN EN FOTOGRAFÍA PARA CINE Y TELEVISIÓN	2	2	6	CSyH	COMUNICACIÓN
TÉCNICAS AVANZADAS DE EDICIÓN EN VIDEO	2	4	8	CSyH	COMUNICACIÓN
DIRECCIÓN ESCÉNICA	4	0	8	CSyH	COMUNICACIÓN
TALLER DE CINE	2	6	10	CSyH	COMUNICACIÓN

MATERIAS OPTATIVAS PROFESIONALIZANTE

ÉNFASIS PUBLICIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
ÉNFASIS COMUNICACIÓN SOCIAL
ÉNFASIS PRÁCTICAS INFORMATIVAS
ÉNFASIS REALIZACIÓN

PROGRAMAS INSTITUCIONALES

- Prácticas Profesionales
- Servicio Social
- Tutorías
- Movilidad e Intercambio Académico
- Fomento a las Lenguas Extranjeras
- Programa de Formación Humanista

REQUISITOS DE TITULACIÓN

- I. Haber cumplido con el requisito del servicio social.
- II. Comprobar que no se tiene adeudo alguno con la Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- III. Haber cubierto con la cuota establecida en el plan de arbitrios para la obtención del título.
- IV. Haber presentado el examen de egresados.
- V. Haber acreditado un segundo idioma.

Además de los requisitos antes señalados, el egreso deberá cubrir los siguientes aspectos:

- 9 créditos de Formación Humanista
- 240 horas de Prácticas Profesionales