

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

OBJETIVOS:

- Formar profesionales con un nivel académico de calidad, capacitados en el manejo de las técnicas orientadas a la creación y mejoramiento de los sistemas de comunicación en toda la organización.
- Formar especialistas en comunicación habilitados para intervenir eficazmente en las organizaciones, mediante el uso de herramientas de comunicación y apoyados en las diferentes técnicas de investigación.
- Formar gestores que participen en la formulación de proyectos y estrategias de comunicación, para generar entornos propicios que permitan elevar la calidad, la competitividad y el desarrollo de las organizaciones.
- Formar profesionales que participen en las tareas de planeación, diseño, producción, coordinación y evaluación de eventos de comunicación organizacional.

PERFIL DEL ASPIRANTE:

- Disposición favorable al trabajo en equipo.
- Facilidad para la redacción y la expresión en público.
- Comprensión e interés por dominar un segundo idioma.
- Interés por la problemática política, social y económica a nivel mundial.
- Con actitudes creativas y emprendedoras.

PERFIL DEL EGRESADO:

El profesionista en Comunicación Organizacional es un individuo con una sólida formación teórico - práctica, capaz de dominar las técnicas y herramientas de la comunicación encaminadas al mejoramiento de la organización y su entorno.

La currícula de esta licenciatura se integra con diferentes asignaturas de las áreas administrativas y de ciencias sociales principalmente lo que permitirá al egresado obtener una visión de conjunto acerca del comportamiento del hombre en la organización.

El egresado interviene en la resolución de conflictos de comunicación, para generar un clima organizacional que permita el crecimiento en todos sus aspectos a través del diseño, elaboración, implementación y evaluación de estrategias y programas.

Es un profesionista con capacidad de analizar, diagnosticar y conceptualizar los procesos significativos que enmarcan a la comunicación para generar un ambiente que propicie y fomente una cultura de retroalimentación.

El alumno adquirirá una formación teórica - práctica orientada hacia:

CONOCIMIENTO

- Teórico de las diversas corrientes que estudian la comunicación en general y la comunicación organizacional en particular, para que comprendan la dinámica empresarial desde sus orígenes.
- La problemática de la comunicación inherente a toda organización, para mejorar los sistemas de información y propiciar con ello una retroalimentación efectiva.
- De las herramientas y técnicas de comunicación para diseñar estrategias que contribuyan al mejoramiento de las relaciones interpersonales.
- De la problemática empresarial de México y de nuestro Estado, a fin de obtener una visión global del entorno que permita al estudiante diseñar proyectos de comunicación que faciliten a las organizaciones su adaptación rápida al medio ambiente.
- De las teorías innovadoras en el área económica - administrativa para ayudar a la organización a hacer eficientes sus procesos y disminuir la resistencia al cambio.

- De las nuevas tecnologías enfocadas a la presentación de proyectos de comunicación que favorezcan la identidad y la imagen de la empresa.
- De las distintas metodologías de investigación, que le permitan al alumno elaborar diagnósticos confiables y propuestas específicas acordes con la problemática que presente la organización.
- Del idioma que se haya elegido.

HABILIDADES

- La creatividad al analizar, diagnosticar y conceptualizar procesos comunicativos.
- Detectar problemas inherentes a la organización (observador y analítico).
- Redactar documentos y materiales impresos que ayuden a lograr las metas de la organización.
- El manejo de la expresión verbal, como una herramienta indispensable en los diferentes niveles de comunicación.
- El manejo de las relaciones humanas que favorezcan el trabajo en grupo.
- El manejo de equipo audiovisual y paquetes de cómputo, necesarios para la creación de proyectos de comunicación corporativa.
- Implementar y evaluar estrategias y programas de comunicación.
- Investigar los conflictos que se presentan en toda organización, y que tienen su origen en la comunicación.
- Comprender un idioma extranjero.
- Para gestionar ambientes productivos de trabajo.
- Para detectar oportunidades en el entorno que puedan convertirse en ventajas competitivas para la empresa.

ACTITUDES

- Conciencia respecto a la importancia del trabajo en equipo.
- Interés por la situación económica, social y cultural.
- Iniciativa propia y cualidades de liderazgo
- Emprendedor.
- Interés por la investigación.
- Actuar con ética en el desempeño de su actividad.
- Espíritu de servicio para la comunidad.
- Analítico, crítico y propositivo.

CAMPO DE TRABAJO:

La formación del LCO y las necesidades de la localidad de Aguascalientes, permiten que el egresado pueda desempeñarse en:

- Organizaciones Públicas
- Organizaciones Privadas
- Organizaciones Civiles.

DURACIÓN:

Diez semestres.

PROGRAMA DE FORMACIÓN HUMANISTA:

El programa promueve el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes que fortalecen las capacidades fundamentales del ser humano, aspirando a un alto desempeño profesional y un comportamiento ético y de servicio a la sociedad.

Los alumnos deben cubrir los créditos de formación humanista señalados en su plan de estudios, por medio de los cursos intensivos o extensivos y de modalidad básica o complementaria, que se programan para tal fin. Es obligatorio que al menos uno de los cursos sea de la modalidad básica.

PROGRAMA EMPRENDEDORES:

Una de las preocupaciones importantes de la educación superior es que el estudiante "Aprenda a emprender" con un espíritu de iniciativa, para la resolución de cualquier tarea ya sea personal o profesional, de tal forma que se convierta en una actitud de vida y parte de la cultura emprendedora.

Este programa ofrece semestralmente cursos optativos que tienen valor en créditos humanistas.

PROGRAMA DE DESARROLLO DE HABILIDADES INTELECTUALES:

Ofrece un apoyo a los estudiantes con alternativas metodológicas que buscan la adquisición y/o desarrollo de estrategias de aprendizaje, que les facilite desempeñarse con mayor posibilidad de éxito ante los desafíos de su formación académica.

Este programa ofrece semestralmente cursos optativos que tienen valor en créditos humanistas.

SERVICIO SOCIAL:

El servicio social tiene como finalidad el poner al estudiante en contacto con la realidad social, para que retribuya en servicio a la sociedad los beneficios de la educación recibida, colaborando para que mejoren los sectores sociales menos beneficiados por el desarrollo socioeconómico. Para acreditar el servicio social se requiere cumplir con lineamientos generales que se indican en el Reglamento General de Docencia y lo señalado por el propio Reglamento de Servicio Social vigente, con excepción, de los alumnos de las carreras del C. de Ciencias Biomédicas quienes se registrarán por reglamentos estatales y federales particulares de sus áreas.

PROGRAMA DE PRÁCTICAS PROFESIONALES:

Las prácticas profesionales son un elemento que enriquece substancialmente la formación de los estudiantes, es un beneficio mutuo entre el mercado laboral y la universidad. Para su cumplimiento deben ajustarse a los procedimientos y políticas de operación vigentes. Será requisito de egreso la realización de 240 horas de Prácticas Profesionales dentro de los cuatro últimos semestres.

PROGRAMA DE FOMENTO A LAS LENGUAS EXTRANJERAS:

El objetivo del Programa de Fomento a las Lenguas Extranjeras es apoyar la formación de los estudiantes de pregrado en el aprendizaje de una lengua extranjera, acorde a las declaraciones del ideario y el modelo educativo institucional, así como una sociedad cada vez más globalizada. El proyecto fue aprobado por el H. Consejo Universitario en su sesión ordinaria celebrada el día 28 de septiembre de 2000. El estudiante deberá cumplir lo establecido por las políticas institucionales que se encuentran vigentes. Es importante resaltar que la acreditación de una lengua extranjera es requisito para obtener el título, es una actividad extracurricular y sin valor crediticio.

PLAN DE ESTUDIOS

PLAN 2003
CARRERA 19

	T	P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
Primer Semestre					
INTROD. AL CAMPO DE LA COMUNICACION	5	0	10	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACION
EXPRESION VERBAL	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	PSICOLOGÍA
METODOLOGIA DE LA INVEST. EN COMUNICACIÓN	4	2	10	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
TEORIA DE LA COMUNICACIÓN ORG. I	3	1	7	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACION
REDACCION PRACTICA EN LA ORGANIZACION	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
Segundo Semestre					
INTRODUCCIÓN A LA FUNCION EMPRESARIAL	2	2	6	C. ECO. ADMVA.	ADMÓN. BASICA
TALLER DE CREATIVIDAD	1	4	6	C. SOC. Y HUM.	PSICOLOGÍA
TALLER DE INVESTIGACIÓN	2	4	8	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
ESTRUCTURA DE LA LENGUA	4	0	8	C. SOC. Y HUM.	LETRAS
ESTADÍSTICA I	4	0	8	C. BASICAS	ESTADISTICA
TEORIA DE LA COMUNICACIÓN ORG. II	4	1	9	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
Tercer Semestre					
TEORIA DE LA COMUNICACIÓN ORG. III	2	4	8	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
ESTADÍSTICA II	2	2	6	C. BASICAS	ESTADISTICA
PROCESO ADMINISTRATIVO	2	3	7	C. ECO. ADMVA.	ADMÓN. BASICA
ESTRUCTURA DE CODIGOS DE COM. I	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACION
FOTOGRAFIA I	3	2	8	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
METACOMUNICACION	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
Cuarto Semestre					
COMUNICACIÓN CORPORATIVA I	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
INFORMATICA	2	4	8	C. BASICAS	SISTEMAS DE INF.
ECONOMIA DE LA EMPRESA	2	3	7	C. ECO. ADMVA.	ECONOMIA
FOTOGRAFIA II	1	4	6	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
DISEÑO GRAFICO I	3	1	7	C. DIS. Y CONST.	DIS. IM. PRODUCT.
ESTRUCTURA DE LOS CODIGOS DE COM. II	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
Quinto Semestre					
ECONOMIA APLICADA	3	3	9	C. ECO. EDMVA.	ECONOMIA
PRODUCCION DE RADIO I	3	2	8	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
MERCADOTECNIA	3	1	7	C. ECO. EDMVA.	MERCADOTECNIA
COMUNICACIÓN INTERNA I	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
DISEÑO GRAFICO II	3	1	7	C. DIS. Y CONST.	DIS. IM. PRODUCT.
TALLER DE INTEGRACION I	1	3	5	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
DERECHO LABORAL Y MERCANTIL	3	0	6	C. SOC. Y HUM.	DERECHO
Sexto Semestre					
COMUNICACIÓN CORPORATIVA II	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
EDICIÓN DE REVISTAS	2	4	8	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
ANÁLISIS SOCIOPOLÍTICO DE LA EMPRESA	3	1	7	C. SOC. Y HUM.	SOCIOLOGÍA
PRODUCCIÓN DE RADIO II	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
PRODUCCIÓN EN VÍDEO I	2	4	8	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	2	2	6	C. ECO. ADMVA.	MERCADOTECNIA
Séptimo Semestre					
PUBLICIDAD I	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
PRODUCCIÓN EN VÍDEO II	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN Y DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN INTERNA II	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
FILOSOFIA DE LA COMUNICACIÓN	4	0	8	C. SOC. Y HUM.	FILOSOFIA
TALLER DE IMAGEN	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
COMPORTAMIENTO HUMANO EN EL TRABAJO	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	PSICOLOGIA

Octavo Semestre	T	P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
PUBLICIDAD II	2	4	8	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
GESTION SOCIAL	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	3	2	8	C. ECO. ADMVA.	REC. HUMANOS
TÉCNICAS DE INTERVENCIÓN	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN CORPORATIVA III	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
SEMINARIO DE ASUNTOS CONTEMPORÁNEOS	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	FILOSOFIA
Noveno Semestre					
TALLER DE ETICA	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	FILOSOFIA
TALLER DE INTEGRACIÓN II	1	3	5	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
GESTION DE AMBIENTES	2	3	7	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
TÉCNICAS DE SEGUIMIENTO	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN INTERCULTURAL	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN ALTERNATIVA	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
Décimo Semestre					
SEMINARIO AVANZADO DE INTEGRACION	3	2	8	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN DE EVENTOS	3	3	9	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
PRESENTACIÓN DE PROYECTOS	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
OPTATIVA PROFESIONALIZANTE I	2	2	6		
OPTATIVA PROFESIONALIZANTE II	2	2	6		

MATERIAS OPTATIVAS PROFESIONALIZANTES

ÉNFASIS INVESTIGACIÓN

ÉNFASIS DESARROLLO DE IMAGEN

ÉNFASIS CONSULTORÍA

REQUISITOS DE EGRESO

- Se cubrirán 8 créditos del Programa de Formación Humanista
- Cubrir 500 horas de Servicio Social
- Cubrir 240 horas de Prácticas Profesionales
- Acreditar Programa de Fomento a las Lenguas Extranjeras
- Examen de Egreso