



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

Centro de Ciencias Sociales y Humanidades

Lic. en Comunicación e Información

🎓	Título:	Lic. en Comunicación e Información
✍️	Plan:	2019
📅	Carrera:	18
🕒	Duración:	8 semestres
★	Créditos:	325 créditos
📖	Modalidad:	Presencial
📍	Lugar de impartición:	Campus Central



OBJETIVO

Formar Licenciados en Comunicación e Información, conscientes de las problemáticas sociales, políticas y culturales contemporáneas, capaces de generar planes, programas y productos comunicativos para desempeñarse en los ámbitos de la comunicación pública, el periodismo y la realización de narrativas en soportes mediáticos que promuevan una comunicación democrática y sostenible, con una perspectiva humanista, de justicia y responsabilidad social.

PERFIL DE INGRESO

Con base en la normatividad institucional, el aspirante aplicará el examen de ingreso de conocimientos y habilidades para lograr los objetivos del plan de estudios.

Además, es deseable que el aspirante muestre las siguientes características:

- Buena redacción y ortografía.
- Buena expresión verbal, hábito y comprensión lectora.
- Interés por el acontecer y las problemáticas locales, nacionales e internacionales.
- Interés por las manifestaciones audiovisuales.
- Interés por comprender los procesos de la comunicación.
- Disciplina y autonomía en el trabajo.
- Disposición y facilidad para el trabajo en equipo.
- Capacidad para establecer relaciones en distintos ámbitos.
- Iniciativa y liderazgo en la resolución de problemas.
- Apertura hacia la innovación y el cambio.
- Facilidad para el manejo de tecnologías de información y comunicación.
- Actitudes emprendedoras.

Asimismo, el aspirante deberá cumplir el proceso y los requisitos señalados por el Reglamento General de Docencia vigente.

PERFIL DEL EGRESADO

Habilidades para:

- Expresarse correctamente de manera oral y escrita en español de acuerdo a la naturaleza de los medios utilizados, los propósitos y los públicos de la comunicación.
- Investigar, seleccionar, interpretar y gestionar información en medios de comunicación, redes sociales y TIC para garantizar su manejo crítico, ético y con responsabilidad social.
- Diagnosticar, diseñar, implementar y evaluar planes, programas y estrategias para alcanzar los objetivos de comunicación gubernamentales, institucionales y ciudadanos.
- Aplicar la legislación vigente sobre telecomunicaciones y radiodifusión para garantizar que en los contenidos comunicativos se respeten los derechos humanos y sociales.
- Generar mecanismos para el seguimiento y evaluación del desempeño de medios de comunicación, redes sociales y TIC para garantizar el respeto a la legislación vigente y los derechos de las audiencias.
- Coordinar y gestionar oficinas y/o áreas de comunicación social, y relaciones públicas para el manejo y administración de la información, crisis, entrenamiento y asesoría para el desempeño en medios, redes sociales y TIC.
- Desarrollar e innovar en la realización de productos comunicativos interactivos, narrativas digitales en diversos soportes mediáticos y multiplataformas para estar a la vanguardia y responder a los constantes cambios en las prácticas de comunicación.
- Manejar equipos, dispositivos y paquetes tecnológicos para realizar productos comunicativos pertinentes y de calidad.
- Coordinar, gestionar y administrar planes y proyectos de comunicación para medios públicos, comunitarios, ciudadanos, privados y casas productoras independientes para atender a los propósitos sociales y económicos de cada uno de estos medios.
- Realizar, implementar y evaluar proyectos de comunicación para el desarrollo humano integral y el cambio social con el fin de aprovechar los recursos de la comunicación para mejorar la calidad de vida individual y social.
- Emprender negocios de comunicación independientes para ofrecer una mayor diversidad de contenidos para los medios, redes sociales y TIC, además de promover la economía local.
- Comprender a nivel básico el idioma inglés de manera oral y escrita.

PERFIL DEL EGRESADO

Conocimientos:

- Las principales genealogías, teorías y paradigmas clásicos en comunicación.
- Teorías sobre el mensaje: análisis de contenido y del discurso, semiótica, lenguajes audiovisuales e imagen.
- Teorías y discusiones actuales sobre las prácticas de comunicación, las TIC y la comunicación digital interactiva.
- Teorías y técnicas de producción y posproducción sobre la imagen fija y en movimiento para fotografía, vídeo, televisión, redes sociales digitales, y desarrollo de plataformas y aplicaciones digitales para productos comunicativos.
- Teorías y técnicas de producción y posproducción de sonido, manejo de la voz, música y efectos para la realización radiofónica y audiovisual en diversas plataformas.
- Teorías y técnicas de periodismo: investigación, recopilación de información y reporteo, manejo de géneros periodísticos, deontología periodística, ciberperiodismo y nuevas tendencias.
- Estrategias y técnicas para la gestión, implementación, seguimiento y evaluación de planes y proyectos para medios de comunicación, redes sociales y TIC.
- Comunicación política, pública y gubernamental para promover sociedades democráticas. 9.
- Estrategias y técnicas para la coordinación y gestión de oficinas y/o áreas de comunicación social, relaciones públicas.
- Comunicación para el desarrollo y cambio social, que comprende prácticas de comunicación sostenible para atender problemáticas socioculturales, equidad de género, comunicación para la paz, los derechos humanos, la ciencia, la cultura y la educación.
- Comunicación publicitaria en los medios de comunicación, redes sociales y TIC.
- Legislación vigente sobre telecomunicaciones y radiodifusión vigente, reglamentación sobre transparencia y acceso a la información y mecanismos para el seguimiento y evaluación del desempeño de medios de comunicación, redes sociales y TIC.
- Técnicas y estrategias para emprender negocios en el campo de la comunicación.
- Competencias comunicativas en español y nivel básico de inglés.

ACTITUDES

- Consciencia de las problemáticas contemporáneas
- Espíritu innovador y creativo
- Adaptación al cambio y actualización constante
- Empatía ante la diversidad sociocultural contemporánea
- Proactividad
- Ética y compromiso social
- Disposición para trabajar en equipo
- Resiliencia ante los problemas

VALORES

- Responsabilidad social
- Humanismo
- Calidad
- Innovación
- Autonomía
- Pluralismo
- Igualdad y equidad



CAMPO DE TRABAJO

Los egresados de la Licenciatura en Comunicación e Información habrán de desempeñarse en: Instituciones públicas: oficinas y/o áreas de comunicación, unidades de producción audiovisual, así como medios, redes sociales y TIC en instancias de los tres niveles de gobierno, ya sea nacional, estatal o municipal; organismos públicos descentralizados, instituciones de educación pública, organizaciones de la sociedad civil, no gubernamentales y asociaciones civiles. Instituciones privadas: medios de comunicación privados, unidades de producción para medios, redes sociales y TIC en empresas particulares, casas productoras y agencias de publicidad independientes, instituciones educativas, de salud e industrias de la información y del entretenimiento de capital privado. Profesional independiente: negocios de comunicación propios para la producción, asesoría y publicidad, así como la prestación de servicios de manera individual al sector público y privado.

Mapa Curricular Lic. en Comunicación e Información



Programa Institucional de Lenguas Extranjeras
Programa Institucional de Formación Humanista

Servicio Social
(Curso de inducción)

Programa Institucional de Servicio Social

Prácticas Profesionales
(Curso de inducción)

Programa Institucional de Prácticas Profesionales

Requisitos de Egreso y Titulación

Materias Obligatorias
Materias Optativas Profesionalizantes
Materias Optativas Libres

297 créditos
16 créditos
12 créditos

Programa Institucional de Formación Humanista
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras
Programa Institucional de Servicio Social
Programa Institucional de Prácticas Profesionales
Examen de Egreso

9 créditos¹
Acreditar
500 horas²
240 horas³
1 examen

¹El Programa Institucional de Formación Humanista aprobado por el H. Consejo Universitario el día 15 de diciembre de 2011, establece que los contenidos de este requisito de titulación pueden ser incluidos en los Planes de Estudio. La tipología de PRODEP señala que los Programas Científico-Prácticos (CP) son programas cuyos egresados se dedicarán en su mayoría a la práctica profesional. Los planes de estudio de estos programas tienen cursos orientados a experiencias prácticas y cursos básicos de ciencias o de humanidades. Los estudiantes que cursen este Plan de Estudios, darán cumplimiento a los 9 créditos que contempla el Programa de la siguiente forma:

- 6 créditos a través de los contenidos de las materias de: Apreciación de las Artes Audiovisuales, Literatura y Géneros, Desarrollo de Habilidades de Comunicación, Introducción a la Práctica Periodística, Fundamentos de Fotografía, Planeación Estratégica, Fundamentos de Teoría Social, Taller de redacción, Análisis y Redacción de Géneros Periodísticos, Introducción al Medio Radiofónico y Manejo de Sonido, Mercadotecnia de Servicios y Social, Fundamentos del Lenguaje Audiovisual, Prácticas Informativas Digitales, Taller de Argumentación en Productos Comunicativos, Producción Audiovisual, Investigación Aplicada a la Comunicación, Producción y Postproducción Radiofónica y de Audio, Comunicación Publicitaria, Democracia y Cultura Política, Legislación sobre Comunicación en México, Estrategias Comunicativas Digitales, Comunicación Organizacional, Filosofía de la Comunicación Humana, Manejo de Áreas de Comunicación Social, Ética Profesional y Desarrollo de Emprendedores.

- 3 créditos que deberán acreditar del primero al cuarto semestre a través del resto de las modalidades que plantea el PIFH: Cursos, actividades personales y/o eventos validados por el Centro Académico ante el DAFI.

²Se liberarán 250 horas del Programa Institucional de Servicio Social por proyecto dentro de la materia Comunicación Social del 6º semestre y el resto de las horas de Servicio Social (250 horas) se realizarán por medio de proyectos autorizados.

³Se liberará el requisito mediante la modalidad de Carga académica en 7º con la materia Comunicación Política, con 120 horas; y 8º semestre con la materia Seminario de Integración, con 120 horas dadas las características y descripción de las mismas.