



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

Centro de Ciencias Sociales y
Humanidades

Lic. en Comunicación e Información

| | |
|---|------------------------------------|
|  Título: | Lic. en Comunicación e Información |
|  Plan: | 2026 |
|  Carrera: | 75 |
|  Duración: | 8 semestres |
|  Créditos: | 312 |
|  Modalidad: | Presencial |
|  Lugar de impartición: | Campus Central |



OBJETIVO

Formar profesionales en Comunicación e Información con una comprensión amplia y crítica de las problemáticas contemporáneas de la comunicación pública, capaces de ejercer el periodismo, de generar estrategias y producir narrativas transmedia con una perspectiva de comunicación justa y para el desarrollo social.

PERFIL DE INGRESO

Con base en la normatividad institucional, el aspirante aplicará el examen de ingreso vigente de conocimientos y habilidades para lograr los objetivos del plan de estudios. Además, es deseable que el aspirante muestre las siguientes características:

- Dominio de la comunicación escrita y verbal.
- Interés por el acontecer y las noticias.
- Habilidad para la producción audiovisual y las herramientas digitales.
- Facilidad para el trabajo en equipo.
- Capacidad para establecer relaciones humanas.
- Autonomía en el trabajo.
- Liderazgo en la resolución de problemas.
- Creatividad e interés por la innovación y el cambio.

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

PERFIL DEL EGRESADO

Habilidades para:

- Implementar y evaluar estrategias para alcanzar objetivos de comunicación pública, gubernamental e institucional.
- Gestionar espacios comunicativos de orden ciudadano y/o comunitario para favorecer la construcción de sociedades más informadas y democráticas, así como la rendición de cuentas.
- Producir información periodística crítica, ética y socialmente responsable, para enfrentar la desinformación.
- Coordinar y realizar las funciones de áreas de comunicación social y relaciones públicas para: el manejo de información periodística, imagen pública, atención a crisis, así como brindar asesoría sobre el correcto manejo de estas áreas.
- Realizar productos comunicativos mediante diversas narrativas, géneros, soportes mediáticos y plataformas con el propósito hacer llegar mensajes actuales pertinentes a los públicos objetivo.
- Emprender negocios de comunicación para promover prácticas profesionales independientes y consultoría.
- Realizar campañas de comunicación en diversos medios para distintos públicos con el fin de cumplir con los propósitos ciudadanos, institucionales, gubernamentales o sociales e implementar proyectos comunicativos en atención a diversas necesidades.
- Aplicar la legislación vigente sobre telecomunicaciones y radiodifusión para garantizar que en los contenidos comunicativos se respeten los derechos a la información y comunicación.
- Expresarse correctamente de manera oral y escrita en distintos escenarios, medios y de acuerdo con las características de distintos públicos.
- Escuchar, hablar, escribir y leer en idioma inglés a nivel básico para facilitar el acceso, intercambio y comprensión de la información.

PERFIL DEL EGRESADO

Conocimientos:

- Teorías y técnicas de producción periodística.
- Historia de las teorías y paradigmas clásicos en comunicación.
- Comunicación política, pública y gubernamental para promover sociedades democráticas.
- Estrategias y técnicas para la coordinación de áreas de comunicación social y relaciones públicas.
- Métodos para el estudio de los mensajes como el análisis de contenido, del discurso, semiótico, y de la estructuración de los lenguajes audiovisuales.
- Teorías y técnicas de preproducción, producción y postproducción audiovisuales y sonoras para fotografía, video, televisión, radio, redes sociales digitales, y plataformas.
- Equipos, dispositivos, software y aplicar herramientas de IA para realizar aplicaciones y productos comunicativos, considerando su manejo ético.
- Métodos para el desarrollo de proyectos periodísticos, institucionales, comerciales o sociales para medios de comunicación, redes sociales digitales y plataformas.
- Estrategias para emprender negocios en la práctica profesional de la comunicación.
- Comunicación para el desarrollo y cambio social para atender problemáticas socioculturales, equidad de género, comunicación para la paz, derechos a la información y comunicación y alfabetización mediática e informacional.
- Legislación vigente sobre telecomunicaciones, radiodifusión, derechos de las audiencias y usuarios.
- Idioma inglés en nivel básico.

VALORES

- **Responsabilidad social**
- **Humanismo**
- **Autonomía**
- **Innovación**
- **Pluralismo**
- **Excelencia**
- **Respeto**
- **Inclusión**
- **Equidad**
- **Transparencia**

ACTITUDES

- **Critica y reflexiva ante las problemáticas contemporáneas.**
- **Empatía humana ante la diversidad sociocultural y las desigualdades.**
- **Iniciativa para la toma de decisiones en la práctica profesional.**
- **Disposición para trabajar colaborativamente en equipo.**
- **Apertura a explorar nuevas ideas y soluciones ante los desafíos.**



CAMPO DE TRABAJO

Las y 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 digitales 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 digitales 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.
- **Negocios de comunicación** propios para la producción, asesoría y publicidad, en la prestación de servicios de manera individual al sector público y privado como profesional independiente.

Mapa Curricular Lic. en Comunicación e Información



12 Créditos de Optativa Libre

Programa Institucional de Formación Humanista
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras

Servicio Social
(Curso de inducción)

Prácticas Profesionales
(Curso de inducción)

Programa Institucional de Servicio Social

Programa Institucional de Prácticas Profesionales

Requisitos de Egreso y Titulación

Materias Obligatorias
Materias Optativas Profesionalizantes
Materias Optativas Libres

276 créditos
24 créditos
12 créditos

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

9 créditos¹
Acreditar
240 horas²
500 horas³
1 examen

¹ Con base en la aprobación del Programa Institucional de Formación Humanista (PIFH) por parte del H. Consejo Universitario el día 15 de diciembre de 2011, donde se establece que los contenidos de este requisito de titulación pueden ser incluidos en los Planes de Estudio, y atendiendo la tipología de PRODEP, científico-prácticos (CP). Son programas cuyos egresados se dedicarán en su mayoría a la práctica profesional. Sus planes de estudio tienen una proporción considerable de cursos orientados a comunicar las experiencias prácticas y otra, también significativa, de cursos básicos de ciencias o de humanidades. Ejemplos de estos programas son las licenciaturas en las ingenierías, la medicina y algunas ciencias sociales como la economía. 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: Géneros Literarios, Problemáticas Socioculturales, Habilidades Comunicativas, Introducción al periodismo, Principios de la Fotografía, Audiencias y Públicos de la Comunicación, Comunicación Organizacional, Genealogías de la Comunicación, Práctica Periodística, Edición Fotográfica, Introducción a la Radio, Estructura de Códigos de Comunicación, Práctica Radiofónica, Lenguaje Audiovisual, Mercadotecnia Básica, Uso e Interpretación de datos Estadísticos, Marcos Jurídicos de la Comunicación, Realización Audiovisual, Producción Creativa en Radio, Ética Profesional, Discusiones Actuales de la Comunicación, Diagnósticos en Comunicación, Prácticas Televisivas, Democracia y Cultura Política, Desarrollo Profesional en Comunicación, Postproducción Audiovisual Avanzada, Costos y Obligaciones Fiscales, Reflexiones sobre la Comunicación Contemporánea, Proyectos y Servicios Profesionales de Comunicación, Comunicación Comercial, Desarrollo de Negocios de Comunicación y Comunicación Política.

- **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.

² Se cumplirá este requisito de acuerdo a los lineamientos establecidos en el Programa Institucional de Prácticas Profesionales vigente.

³ Se cumplirán 250 horas de Servicio Social, a través de la materia "Comunicación para el Desarrollo" del 6º semestre, y el resto de las hrs., en proyectos vigentes y autorizados para la carrera.