

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 DEL ASPIRANTE:

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:

1. 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.
2. Investigar, seleccionar, interpretar y gestionar información en medios de comunicación, redes sociales y TIC para garantizar su manejo crítico, ético y con responsabilidad social.
3. Diagnosticar, diseñar, implementar y evaluar planes, programas y estrategias para alcanzar los objetivos de comunicación gubernamentales, institucionales y ciudadanos.
4. Aplicar la legislación vigente sobre telecomunicaciones y radiodifusión para garantizar que en los contenidos comunicativos se respeten los derechos humanos y sociales.
5. 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.
6. 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.
7. 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.
8. Manejar equipos, dispositivos y paquetes tecnológicos para realizar productos comunicativos pertinentes y de calidad.
9. 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.

10. 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.
11. 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.
12. Comprender a nivel básico el idioma inglés de manera oral y escrita.

Conocimientos de:

1. Las principales genealogías, teorías y paradigmas clásicos en comunicación.
2. Teorías sobre el mensaje: análisis de contenido y del discurso, semiótica, lenguajes audiovisuales e imagen.
3. Teorías y discusiones actuales sobre las prácticas de comunicación, las TIC y la comunicación digital interactiva.
4. Teorías y técnicas de producción y posproducción sobre la imagen fija y en movimiento para fotografía, video, televisión, redes sociales digitales, y desarrollo de plataformas y aplicaciones digitales para productos comunicativos.
5. 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.
6. Teorías y técnicas de periodismo: investigación, recopilación de información y reportaje, manejo de géneros periodísticos, deontología periodística, ciberperiodismo y nuevas tendencias.
7. Estrategias y técnicas para la gestión, implementación, seguimiento y evaluación de planes y proyectos para medios de comunicación, redes sociales y TIC.
8. 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.
10. 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.
11. Comunicación publicitaria en los medios de comunicación, redes sociales y TIC.
12. 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.
13. Técnicas y estrategias para emprender negocios en el campo de la comunicación.
14. Competencias comunicativas en español y nivel básico de inglés.

Actitudes:

1. Consciencia de las problemáticas contemporáneas
2. Espíritu innovador y creativo
3. Adaptación al cambio y actualización constante
4. Empatía ante la diversidad sociocultural contemporánea
5. Proactividad
6. Ética y compromiso social
7. Disposición para trabajar en equipo
8. Resiliencia ante los problemas

Valores:

1. Responsabilidad social
2. Humanismo
3. Calidad
4. Innovación
5. Autonomía
6. Pluralismo
7. 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.

DURACIÓN:

Ocho semestres

PLAN DE ESTUDIOS

**PLAN 2019
CARRERA 18**

PRIMER SEMESTRE

| MATERIA | H/T | H/P | C | CENTRO | DEPTO |
|---|------------|------------|----------|---------------------------------|---------------------------------|
| Apreciación de las Artes Audiovisuales | 2 | 2 | 6 | Artes y la Cultura | Artes escénicas y audiovisuales |
| Literatura y Géneros | 4 | 0 | 8 | Artes y la Cultura | Letras |
| Desarrollo de Habilidades de Comunicación | 2 | 3 | 7 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Introducción a la Práctica Periodística | 3 | 2 | 8 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Fundamentos de Fotografía | 3 | 2 | 8 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |

SEGUNDO SEMESTRE

| MATERIA | H/T | H/P | C | CENTRO | DEPTO |
|--|------------|------------|----------|---------------------------------------|----------------|
| Planeación estratégica | 2 | 2 | 6 | Ciencias Económicas y Administrativas | Administración |
| Fundamentos de Teoría Social | 4 | 0 | 8 | Ciencias Sociales y Humanidades | Sociología |
| Taller de Redacción | 1 | 3 | 5 | Artes y la Cultura | Letras |
| Análisis y Redacción de Géneros Periodísticos | 2 | 3 | 7 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Producción Fotográfica | 2 | 3 | 7 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Introducción al Medio Radiofónico y Manejo de Sonido | 3 | 2 | 8 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |

TERCER SEMESTRE

| MATERIA | H/T | H/P | C | CENTRO | DEPTO |
|---|------------|------------|----------|---------------------------------------|---------------|
| Mercadotecnia de Servicios y Social | 2 | 3 | 7 | Ciencias Económicas y Administrativas | Mercadotecnia |
| Teorías de la Comunicación I: Genealogías | 4 | 0 | 8 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Fundamentos del Lenguaje Audiovisual | 3 | 2 | 8 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Realización Radiofónica | 2 | 3 | 7 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Prácticas Informativas Digitales | 2 | 3 | 7 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Fotografía Avanzada y Técnicas de Iluminación | 2 | 3 | 7 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |

Centro de Ciencias de Sociales y Humanidades

Lic. en Comunicación e Información

CUARTO SEMESTRE

| MATERIA | H/T | H/P | C | CENTRO | DEPTO |
|--|-----|-----|---|---------------------------------|--------------|
| Taller de Argumentación en Productos Comunicativos | 2 | 3 | 7 | Ciencias Sociales y Humanidades | Filosofía |
| Uso e Interpretación de Datos Estadísticos | 2 | 2 | 6 | Ciencias Básicas | Estadística |
| Teorías de la Comunicación II: Semiótica | 4 | 0 | 8 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Producción Audiovisual | 2 | 3 | 7 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Investigación Aplicada a la Comunicación | 2 | 2 | 6 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Producción y Postproducción Radiofónica y de Audio | 2 | 3 | 7 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |

QUINTO SEMESTRE

| MATERIA | H/T | H/P | C | CENTRO | DEPTO |
|--|-----|-----|----|---------------------------------------|--------------|
| Teorías de la Imagen | 2 | 2 | 6 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Teorías de la Comunicación III. Discusiones Actuales | 4 | 0 | 8 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Producción Televisiva | 2 | 3 | 7 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Cotización de Proyectos Comunicativos | 2 | 2 | 6 | Ciencias Económicas y Administrativas | Contaduría |
| Comunicación Publicitaria | 4 | 4 | 12 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |

SEXTO SEMESTRE

| MATERIA | H/T | H/P | C | CENTRO | DEPTO |
|--|-----|-----|----|---------------------------------|---|
| Democracia y Cultura Política | 4 | 0 | 8 | Ciencias Sociales y Humanidades | Ciencias políticas y administración pública |
| Legislación sobre Comunicación en México | 4 | 0 | 8 | Ciencias Sociales y Humanidades | Derecho |
| Estrategias Comunicativas Digitales | 2 | 2 | 6 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Comunicación Organizacional | 2 | 2 | 6 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Comunicación Social ¹ | 4 | 4 | 12 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |

¹ La materia de Comunicación Social apoya al cumplimiento parcial de 250 horas del Programa Institucional de Servicio Social mediante la realización de un proyecto.

Centro de Ciencias de Sociales y Humanidades**Lic. en Comunicación e Información**

SÉPTIMO SEMESTRE

| MATERIA | H/T | H/P | C | CENTRO | DEPTO |
|--|-----|-----|----|---------------------------------|--------------|
| Filosofía de la Comunicación Humana | 2 | 2 | 6 | Ciencias Sociales y Humanidades | Filosofía |
| Animación y Postproducción Avanzada | 2 | 2 | 6 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Manejo de Áreas de Comunicación Social | 2 | 2 | 6 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Comunicación Política ² | 4 | 4 | 12 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Optativa profesionalizante I | | | | | |

OCTAVO SEMESTRE

| MATERIA | H/T | H/P | C | CENTRO | DEPTO |
|---------------------------------------|-----|-----|----|---------------------------------------|----------------|
| Ética Profesional | 2 | 2 | 6 | Ciencias Sociales y Humanidades | Filosofía |
| Desarrollo de Emprendedores | 2 | 3 | 7 | Ciencias Económicas y Administrativas | Administración |
| Seminario de Integración ³ | 4 | 4 | 12 | Ciencias Sociales y Humanidades | Comunicación |
| Optativa profesionalizante II | | | | | |

REQUISITOS DE TITULACIÓN

Los requisitos de titulación se especifican con base en el artículo 156 del Reglamento General de Docencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.

“Una vez acreditadas todas las materias y requisitos señalados en el plan de estudios de las carreras de nivel técnico, técnico superior y licenciatura, el egresado podrá solicitar la expedición de su título en el Departamento de Control Escolar, luego de cumplir con los siguientes elementos:
I.- Haber cumplido con los requisitos de Servicio Social, Formación Humanista, Prácticas Profesionales y Lenguas Extranjeras, definidos en los programas institucionales;
II.- Comprobar que no se tiene adeudo alguno con la Universidad Autónoma de Aguascalientes;
III.- Haber cubierto la cuota establecida en el plan de arbitrios para la obtención del título; y
IV.- Haber presentado el examen de egreso.”⁴

² En esta materia se liberarán 120 horas del Programa Institucional de Prácticas Profesionales.

³ En esta materia se liberarán 120 horas del Programa Institucional de Prácticas Profesionales.

⁴ Aprobado por el Honorable Consejo Universitario en sesión ordinaria celebrada el día 15 de diciembre de 2011.