



Incorporada a la UNAM

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN UNAM

Acuerdo N° 992255 Fecha 13/08/1999

- 📍 Universidad de Sotavento A. C.
- 🐦 @unidesota
- 🌐 unidesota
- ☎ (921) 21 0 69 07 y (921) 21 8 23 11 ext 102
- 📞 (921) 254 89 32
- ✉ dpromocion@us.edu.mx
- 📍 Mártires de Chicago #205 Col. El Tesoro
- 🌐 www.us.edu.mx

Primer Semestre	Segundo Semestre	Tercer Semestre	Cuarto Semestre	Quinto Semestre
<ul style="list-style-type: none"> -Introducción al pensamiento social y político moderno -Construcción histórica de México en el mundo I (1808-1946) -Economía -Consulta de fuentes y lectura numérica del mundo -Comprensión de textos y expresión oral -Lenguaje, cultura y poder 	<ul style="list-style-type: none"> -Teorías de Comunicación I -Construcción histórica de México en el mundo II (a partir de 1947) -Estado, sociedad y derecho -Introducción a la investigación en ciencias sociales -Teorías y análisis del discurso oral 	<ul style="list-style-type: none"> -Teorías de comunicación II -Procesos y medios de comunicación en la historia de México I (1320-1876) -Análisis de las organizaciones públicas -Géneros periodísticos informativos -Teorías de la significación -Estadística aplicada a las Ciencias Sociales 	<ul style="list-style-type: none"> -Teorías de la comunicación III -Procesos y medios de comunicación en la historia de México II (1877-2015) -Opinión pública y propaganda -Investigación en comunicación -Géneros periodísticos -Imagen y discurso audiovisual (Optativa) 	<ul style="list-style-type: none"> -Géneros periodísticos de opinión -Corrección de originales -Metodología de la investigación periodística -Fotoperiodismo -Periodismo, ética y derechos humanos -Uso y gestión de plataformas digitales para periodistas (Optativa de elección)

Sexto Semestre	Séptimo Semestre	Octavo Semestre	REQUISITOS DE ADMISIÓN (Original y dos copias):
<ul style="list-style-type: none"> -Periodismo especializado -Planeación y gestión de empresas editoriales -Periodismo y lenguaje narrativo -El cine como cultura audiovisual (Optativa de elección) -Plan de Relaciones Públicas para diversos sectores organizacionales 	<ul style="list-style-type: none"> -Periodismo multimedia -Diseño y creación editorial de soportes impresos y digitales -Relaciones Públicas II -Producción de imagen fija y producción digital (Optativa) -Diseño y desarrollo de proyectos profesionales 	<ul style="list-style-type: none"> -Psicoanálisis y sociedad -Comunicación persuasiva y liderazgo -Regulación de los medios audiovisuales -Análisis semiótico -Técnicas aplicadas y procedimientos para la producción audiovisual. 	<ul style="list-style-type: none"> -Acta de Nacimiento -Certificado de Secundaria -Certificado de Bachillerato -Certificado Médico -Carta de Buena Conducta -6 Fotografías Tamaño Infantil -Curp (200%)

Objetivo de la Licenciatura:	Perfil del aspirante	Actividades de la Licenciatura
<p>Estudiar los orígenes, la estructura, el desarrollo y los cambios de los procesos de comunicación humana en sus distintos niveles y facetas, tanto interpersonales como grupales, organizacionales, colectivos o masivos, para contribuir de manera crítica a la difusión y análisis de la problemática social o a través de la elaboración de mensajes y contenidos informativos escritos y audiovisuales.</p>	<p>Es conveniente que el aspirante a esta profesión posea sólidos conocimientos gramaticales, dado que el lenguaje oral y escrito es un instrumento esencial para esta carrera, conocimientos básicos de lógica, amplia cultura general actualizada con la lectura y análisis de los medios de comunicación, facilidad para recolectar, comparar y analizar información que le permita estructurar organizadamente los datos, habilidad de actuar en condiciones apremiantes, ya que el tiempo es un factor importante en este tipo de actividades.</p>	<p>Recopila, analiza y sistematiza información para generar mensajes; prensa, radio, televisión y cine. Estudia los fenómenos de la comunicación en sus distintos niveles y medios. Planea, organiza y dirige las estructuras administrativas y organizacionales de los medios de difusión y empresas afines. Aplica las metodologías de investigación científica para el análisis y evaluación de acontecimientos y fenómenos.</p>