



Plan de Estudios

CIENCIAS Y TÉCNICAS DE LA COMUNICACIÓN 2015

ÁREA BÁSICA

- AUTONOMÍA E INTEGRACIÓN PERSONAL
- SITUACIÓN ACTUAL DE LA JUVENTUD EN MÉXICO
- SENTIDO DE VIDA Y TRASCENDENCIA
- CRISIS DE VALORES ANTE LA PROBLEMÁTICA ACTUAL
- ÉTICA DEL EJERCICIO PROFESIONAL
- HABILIDADES COMUNICATIVAS
- TALLER DE INVESTIGACIÓN
- ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA
- ADMINISTRACIÓN FINANCIERA PERSONAL
- INGLÉS I
- INGLÉS II
- INGLÉS III
- INGLÉS IV
- SEMINARIO DE TITULACIÓN

ÁREA DISCIPLINARIA

- PRINCIPIOS TEÓRICOS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS
- ENFOQUE CRÍTICO DE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS
- ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO Y AMÉRICA LATINA
- PSICOLOGÍA GENERAL
- PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
- SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
- SEMIÓTICA
- ESTADÍSTICA APLICADA A LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN
- PRINCIPIOS Y TÉCNICAS DE REDACCIÓN
- ANÁLISIS DE CONTENIDO
- ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DEL MÉXICO ACTUAL
- PROCESO ADMINISTRATIVO
- FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA
- LEGISLACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

ÁREA PROFESIOGRÁFICA

- COMUNICACIÓN ORAL
- ANÁLISIS DE DISCURSOS LITERARIOS
- REDACCIÓN Y ESTILO
- LABORATORIO DE FOTOGRAFÍA
- TALLER DE FOTOGRAFÍA
- PERIODISMO INFORMATIVO
- PERIODISMO DE OPINIÓN
- TALLER DE GUIONISMO
- PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA
- PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA DIGITAL
- LENGUAJE AUDIOVISUAL
- TALLER DE REALIZACIÓN TELEVISIVA
- HERRAMIENTAS DIGITALES PARA LA PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN
- REALIZACIÓN Y APRECIACIÓN CINEMATOGRAFICA
- ADMINISTRACIÓN AVANZADA
- TALLER DE COMUNICACIÓN MULTIMEDIA
- RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS
- RELACIONES PÚBLICAS EXTERNAS
- PUBLICIDAD
- CREATIVIDAD PUBLICITARIA
- MERCADOTECNIA APLICADA
- MERCADOTECNIA POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA
- COMUNICACIÓN EDUCATIVA

ÁREA DE CAMPOS DE OPORTUNIDAD

- FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES
- MERCADOTECNIA DIGITAL
- IMAGEN PÚBLICA
- COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

ÁREA DE OPTATIVAS

- IMAGEN ORGANIZACIONAL
- DIRECCIÓN EMPRESARIAL

