



Doctorado en **Comunicación Aplicada**





OBJETIVO

Diseñar, planear y realizar investigaciones acerca de la influencia y la recepción de los mensajes mediáticos e hipermediáticos, así como llevar a cabo procesos de planeación y desarrollo de estrategias comunicacionales para las industrias de la comunicación, encaminadas a la solución de problemas.

A partir de una corriente de pensamiento integral y multidisciplinaria, basada en el análisis, la proyección de nuevos modelos y la elaboración de investigaciones, el doctorando contará con conceptos, técnicas y herramientas que le permitirán producir mensajes fundamentados en la ética y en el análisis crítico y propositivo de la realidad.

DIRIGIDO A

El Doctorado en Comunicación Aplicada está dirigido a profesionistas de diversas áreas como: Mercadotecnia, Publicidad, Educación, Psicología, Sociología, Antropología, Comunicación, Administración, Derecho y cualquier disciplina afín a las ciencias sociales y humanidades, así como a las administrativo-económicas e ingenierías vinculadas con las telecomunicaciones.

DURACIÓN

Tres años semipresenciales, a lo largo de los cuales el doctorando elaborará su tesis.



PERFIL DE INGRESO

Los aspirantes al Doctorado en Comunicación Aplicada deben demostrar especial interés y dominio básico en áreas de conocimiento específicas de la Comunicación, mismas que serán el cimiento de su proceso de formación. Para ello, es necesario que posean:

- Gran capacidad de análisis.
- Interés por comprender a profundidad las causas y consecuencias de los fenómenos de la Comunicación que se manifiestan en la sociedad.
- Conocimientos suficientes en alguna de las áreas de la Comunicación.
- Contexto cultural amplio, especialmente en las ciencias sociales y del comportamiento.
- Inquietud por adquirir formación integral, humana, científica y tecnológica de muy alto grado para aplicarla a los diversos campos de la Comunicación.
- Interés por investigar el impacto de los medios y los procesos de la Comunicación en el comportamiento, los valores y los estilos de vida de los miembros de las diversas audiencias.



PERFIL DE EGRESO

Al concluir el programa de Doctorado en Comunicación Aplicada de la Universidad Anáhuac los egresados habrán desarrollado las siguientes competencias:

- Conocimiento profundo acerca de las bases científicas y metodológicas de la investigación en Comunicación y su aplicación a la realidad.
- Capacidad analítica amplia de la problemática de la industria cultural mediática y de los problemas de comunicación de las organizaciones en Hispanoamérica.
- Implementación del proceso de desarrollo-producción-aplicación-evaluación de conocimientos científicos, de manera innovadora y original, en el campo práctico de la comunicación y de las industrias del entretenimiento.
- Habilidad para fomentar el desarrollo de actividades de trabajo interdisciplinario, al igual que la formación y conducción de otros grupos de profesionales de la Comunicación.
- Manejo de herramientas para diseñar estrategias de comunicación que permitan el desarrollo económico, político, cultural, social y humano del país.
- Dominio de habilidades de interacción con los profesionales en Comunicación y otras áreas relacionadas, con la finalidad de aplicar los conocimientos adquiridos en beneficio de las empresas e industrias y de las diferentes áreas que las componen.
- Conocimiento y manejo de nuevas tecnologías y herramientas metodológicas de la Comunicación para el estudio de los fenómenos vinculados con la información y el entretenimiento, así como su aplicación a la práctica.

PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER SEMESTRE

- Origen, desarrollo y aplicación de las teorías de comunicación
- Metahistoria de la comunicación
- Metodología para la investigación aplicada

SEGUNDO SEMESTRE

- Indicadores psicosociales en la recepción hipermediática
- Ética en los medios e hipermedios
- Métodos bibliográficos para la investigación de comunicación aplicada

TERCER SEMESTRE

- Responsabilidad social de las empresas de la comunicación
- Creatividad e innovación en medios e hipermedios
- Métodos cuantitativos para la investigación de la comunicación aplicada I

CUARTO SEMESTRE

- Seminario de investigación I
- Métodos cuantitativos para la investigación de la comunicación aplicada II
- Estrategias organizacionales y comunicación integral de empresas *
- Mercados y tendencias de las industrias de comunicación *
- Educación para los medios e hipermedios de comunicación *
- Administración y dirección de empresas de entretenimiento *

QUINTO SEMESTRE

- Seminario de investigación II
- Métodos cualitativos para la investigación de la comunicación aplicada
- Políticas y estrategias de comunicación en las empresas *
- Contenidos y género de los medios e hipermedios *
- Empresas de etho-entretenimiento socialmente responsables *
- Políticas y estrategias globales en las empresas de entretenimiento *

SEXTO SEMESTRE

- Seminario de investigación III
- Métodos etnográficos para la investigación de la comunicación aplicada
- Plan estratégico de comunicación *
- Diseño de estrategias multivía *
- Estrategias de ética para los profesionales y para los usuarios de medios e hipermedios *
- Estrategias de gestión de las empresas de entretenimiento *

* El estudiante cursa sólo una de estas materias, dependiendo de la línea de investigación que haya elegido.

CLAUSTRO DE PROFESORES

Dr. Carlos Gómez Palacio y Campos

- Licenciatura en Comunicación, Universidad Iberoamericana
- Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana
- Maestrías en Comunicación y en Educación, Universidad de Stanford
- Doctorado en Investigación de la Comunicación, Universidad de Stanford
- Director de la Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac

Dra. María Antonieta Rebeil Corella

- Licenciatura en Comunicación, Universidad ITESO
- Maestría en Educación, Universidad de Stanford
- Doctorado en Sociología Organizacional, Universidad Iberoamericana
- Directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac

Dr. Abraham Nosnik Ostrowiak

- Licenciatura en Comunicación, Universidad Iberoamericana
- Maestría en Comunicación, Universidad de Stanford
- Doctorado en Investigación de la Comunicación, Universidad de Stanford
- Investigador del Centro de Alta Dirección de Economía y Negocios, de la Universidad Anáhuac

Dra. Inés María de los Ángeles Cornejo Portugal

- Licenciatura en Sociología, Pontificia Universidad Católica del Perú
- Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana
- Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales, con orientación en Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México
- Profesora-investigadora de tiempo completo, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana
- Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel II)

Dra. Pilar Baptista Lucio

- Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Anáhuac
- Maestría en Medios de Comunicación y Doctorado en Sociología, Universidad Estatal de Michigan
- Doctorado en Sociología, Universidad Estatal de Michigan

Dr. John Durham Peters

- B.A. English, Universidad de Brigham Young
- M. A., Speech Communication, Universidad de Utah
- Ph.D., Communication Theory and Research, Universidad de Stanford
- Profesor de estudios de comunicación, Universidad de Iowa

Dr. Gustavo Adolfo León Duarte

- Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad de Sonora
- Maestría en Ciencias Sociales, El Colegio de Sonora y Maestría en Iniciación a la Investigación en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona
- Doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona
- Titular del Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación, Universidad de Sonora

Dra. Maria Aparecida Ferrari

- Licenciatura en Ciencias Sociales y Relaciones Públicas, Universidade de São Paulo
- Magíster en Ciencias de la Comunicación, Universidade de São Paulo
- Doctorado en Ciencias de la Comunicación, con especialidad en Relaciones Públicas, Universidade de São Paulo
- Decana de la Facultad de Periodismo y Relaciones Públicas, Universidade Metodista de São Paulo

Dr. Carlos Fernández Collado

- Licenciatura en Comunicación, Universidad Anáhuac
- Diplomado en Filosofía, Universidad Panamericana
- Maestría en Comunicación, Universidad Estatal de Míchigan
- Doctorado en Sociología, Universidad Estatal de Míchigan
- Rector de la Universidad de Celaya
- Ex director de RTC, Secretaría de Gobernación

Doctorado en **Comunicación Aplicada**

REQUISITOS DE ADMISIÓN

- Solicitud de admisión (Formato proporcionado por la Universidad)
- Acta de Nacimiento (original)
- Acta de Nacimiento legalizada por el Cónsul Mexicano del lugar (original), en caso de ser extranjero
- Certificado oficial de estudios de Licenciatura (promedio mínimo de 8.0)
- Título de Licenciatura
- Cédula de Licenciatura
- Certificado oficial de estudios de Maestría (promedio mínimo de 8.0)
- Título de Maestría
- Cédula de Maestría
- CURP (copia y original para cotejar)
- Copia de la forma migratoria vigente autorizada por la Secretaría de Gobernación, en caso de ser extranjero
- Currículum vitae
- Dos cartas de recomendación, una de ellas de la institución de procedencia
- Cinco fotografías tamaño infantil en blanco y negro
- Comprensión y lectura del idioma inglés
- Llevar a cabo una entrevista personal con la Coordinadora del Doctorado
- Presentar un proyecto de investigación en el que se indique el área de interés del aspirante y sus perspectivas académicas y profesionales

INFORMES:

Centro de Atención de Posgrado y Extensión

Tels: 52 (55) 5328.8087 (directo) y 52 (55) 5627.0210 exts. 7100 y 7190

posgrado@anahuac.mx

Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA)

Edificio del Centro Anáhuac de Investigaciones y Desarrollo Estratégico (CAIDE), piso 3

Coordinadora del programa: Dra. Ma. Antonieta Rebeil Corella

Tel: 52 (55) 5627.0210 ext. 7697

arebeil@anahuac.mx

Av. Universidad Anáhuac 46, Col. Lomas Anáhuac, Huixquilucan, Estado de México, C.P. 52786

www.anahuac.mx

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial publicado en el *D.O.F.* el 26 de noviembre de 1982.