

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas de Convergencia y Nuevos Medios										
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos	
BLOQUE PROFESIONAL OBLIGATORIO	Clave: INV1203 Metodología de la investigación en ciencias sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 Fundamentos de investigación cuantitativa Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 Métodos de investigación cuantitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 Métodos de investigación cualitativa y etnográfica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 Métodos de análisis de contenido Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 Opinión e imagen pública Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 Habilidades de liderazgo global Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 Ética profesional Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		
	Clave: COM1204 Comunicación Creativa para las Organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 Sociología Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 Soluciones mediáticas a necesidades sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 Comunicación Visual Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 Historia del arte Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 Lingüística y retórica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 Literatura y antropología narrativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 Semiótica y estética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 Diseño y edición digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 Evolución del pensamiento de la comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 Psicología social y persuasión Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 Mercadotecnia integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 Iluminación en medios Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 Comunicación Integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 Estrategias publicitarias y de construcción de marcas Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 Dirección de arte de la información Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2					
	Clave: FOT1202	Clave: PER2207	Clave: TEL2202	Clave: TEL2201						

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
 TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas de Convergencia y Nuevos Medios									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos
	Fotografía e imagen digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Creatividad e innovación periodística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4 Clave: RAD2206	Producción televisiva digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2 Clave: TCOM2222	Post-producción digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2 Clave: COM2218					
		Producción e innovación radiofónica y auditiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Producción de recursos hipermediáticos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Lenguaje cinematográfico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6 Clave: PSI2288					
				Psicología cognoscitiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5					

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas de Convergencia y Nuevos Medios										
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos	
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu pre-especialidad)					Clave: FOT2206 Imagen e iluminación digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 9	Clave: TCOM2231 Animación digital 2D Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9	Clave: TCOM2232 Animación digital 3D Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TCOM2231 Competencia: 13	Clave: TCOM2234 Desarrollo de entornos virtuales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TCOM2232 Competencia: 10	78	
					Clave: TCOM2233 Creatividad e innovación digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8	Clave: TCOM2235 Diseño y producción digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8, 9	Clave: MER2264 Publicidad, mercadotecnia y comercio electrónico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TCOM2235 Competencia: 7, 13, 10p, 17p	Clave: ADM2293 Alta dirección, planeación estratégica y comercialización de nuevos medios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: INT3252 Competencia: 12, 27p		
							Clave: INT3241 Practicum 1: Diseño digital de nuevos medios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202/TCOM2222/TCOM2233 Competencia: 8,9	Clave: INT3252 Practicum 2: Laboratorio de dirección de empresas de convergencia y nuevos medios I Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3241 / TCOM2235 Competencia: 12		Clave: INT3259 Practicum 3: Laboratorio de dirección de empresas de convergencia y nuevos medios II Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3252/ MER2264 / TCOM2232 Competencia: 7, 12
							Clave: TCOM2236 Medios virtuales y comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 11	Clave: DER3263 Globalización y legislación de medios digitales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 1p, 24p		
HUMANIDADES	Clave: HUM1201 Introducción a los estudios universitarios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno	Clave: HUM2204 Historia del pensamiento Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201	Clave: HUM2201 Antropología fundamental Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201	Clave: HUM2202 Ética y bioética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201	Clave: HUM2203 Historia de Occidente Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204	Clave: HUM2205 Persona y trascendencia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202		Clave: FIL2202 Responsabilidad social Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno		

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
 TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas de Convergencia y Nuevos Medios

AREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos
Debes cursar las materias HUM1201 y COM1202 en el primer semestre, las demás materias del bloque las puedes cursar cuando tú quieras, observando la seriación de las mismas.	Competencia Anáhuac: 1	Competencia Anáhuac: 1	Competencia Anáhuac: 1	Competencia Anáhuac: 1	Competencia Anáhuac: 1	Competencia Anáhuac: 1		Competencia Anáhuac: 1	48
	Clave: COM1201 Habilidades de comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1								

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas de Convergencia y Nuevos Medios									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos
ESTUDIOS GENERALES Puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos	Electiva I	Electiva II		Electiva III	Electiva IV	Electiva V		15
		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2		
Créditos	45	42	48	54	48	48	30	30	345
Materias	8	9	9	9	9	9	6	5	64
Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)									360

Competencias Anáhuac

1. Reconoce y opta por la verdad como característica de una razón abierta a la realidad y a la verdad del hombre en todas las dimensiones: cuerpo – alma, inteligencia, voluntad, afectividad, intersubjetividad, historicidad, libertad, responsabilidad, conciencia, moralidad y apertura a la trascendencia.
2. Establece relaciones interpersonales que favorecen el trabajo en equipo y el desarrollo de su liderazgo, de una forma empática y respetuosa en diferentes ambientes sociales y culturales, comprometiéndose en el desarrollo social sustentable y eficiente de su entorno.
3. Elabora y transmite mensajes escritos y orales de forma correcta, estructurada, clara y eficaz tanto en la lengua materna como en lengua extranjera, respetando los aspectos culturales asociados a ellas.

Competencias electivas de área profesional

1. Establece mediaciones, remediaciones e hipermediaciones a distintos niveles y en forma compleja: intrapersonal, interpersonal, grupal, macrosocial, panregional y global, ya sea en procesos lineales, simultáneos, interactivos, bajo demanda, en red o matricial a través de frecuencias terrestres, satelitales, cable, inalámbricas o Internet, en dispositivos fijos y móviles, sustentadas en el análisis histórico, la evolución de las instituciones de la comunicación y el entretenimiento, los conceptos y teorías de la comunicación y del marco legal, considerando las leyes de libertad de expresión y prensa así como los derechos de autor, derechos humanos, derecho a la información y derecho a disentir.
2. Realiza programas, proyectos, estrategias, planes y medios de comunicación que reconozcan y favorezcan el desarrollo del ser humano tanto en su esencia, naturaleza y devenir histórico como en su carácter de persona en continua comunicación con su entorno, asumiéndose como un agente de transformación social basado en los principios universales de la ética aplicada a la profesión promoviendo la equidad, la justicia, la belleza, la diversidad, la bondad, la solidaridad y la verdad en una sociedad global y diversa.
3. Realiza investigación científica y humanista en el campo de la comunicación -cuantitativa, cualitativa, etnográfica, semiológica, netnográfica y de análisis de contenido- generando conocimiento como vía de apropiación de la verdad en sus diferentes ámbitos y modalidades, impulsando el pensamiento crítico, creativo, activo e independiente con autocritica sobre su desempeño profesional con una actitud de perfeccionamiento continuo.
4. Desarrolla bienes y servicios de comunicación impresa, visual y digital ya sea innovando, interviniendo procesos, solucionando problemas, y/o concluyendo negociaciones existentes, en organizaciones tanto públicas, privadas o del tercer sector, a nivel directivo y de gestión, empleando habilidades avanzadas de comunicación verbal y escrita, de cálculo matemático, análisis cuantitativo y cualitativo, de uso y apropiación tecnológica, de generación, dirección y conducción de proyectos, de comercialización y mercadológicas.
5. Genera cambios cognitivos, conductuales y actitudinales en las audiencias, generando mensajes oportunos y pertinentes al entorno cultural, social, económico, filosófico, político y artístico.
6. Determina la influencia, impacto o efecto de los mensajes en las personas, familias, instituciones, sociedad y la cultura, proponiendo en respuesta a los resultados alcanzados cambios, mejoras o mantenimiento a dichos mensajes, con una actitud orientada al hombre y al beneficio de la sociedad.

Competencias profesionales

- 1p. Detecta, como resultado de la evaluación sistemática y objetiva, el uso, apropiación y consumo hipermediático por las diversas audiencias, utilizando metodologías variadas de acuerdo a los propósitos que se persiguen.
- 2p. Recolecta y analiza información confiable de tipo económica, política, cultural, social y deportiva, a través de diversos métodos e instrumentos de investigación y medida. Su actividad profesional se caracteriza por la veracidad, un análisis crítico y la oportunidad de difundir el conocimiento a las personas y mejorar la vida en sociedad.
- 3p. Difunde la información periodística obtenida mediante investigación, en artículos, ensayos, y ponencias que promuevan la libertad de prensa, expresión, acceso y derecho a la información en beneficio del hombre y la sociedad.
- 4p. Genera estrategias de programación y contenido que cubran las áreas de oportunidad y necesidades del mercado, proponiendo alternativas de productos viables acordes a las necesidades de cada estación o grupo radiofónico.
- 5p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos y productos auditivos en la conducta de la audiencia realizando análisis de contenidos, de percepción, de opinión pública y ratings.
- 6p. Redacta, diseña, dirige y produce programas radiofónicos, hablados y musicales empleando técnicas de guionismo, dramatización vocal y de doblaje que eleven el nivel de entretenimiento e información de los contenidos ofertados y la calidad de vida de los escuchas.
- 7p. Desarrolla contenidos de audio que enriquezcan la experiencia sensorial de las producciones auditivas y audiovisuales con el fin de crear ambientes que generen sensaciones, sentimientos y emociones en los escuchas.
- 8p. Genera canciones, jingles y musicalizaciones que cubran las necesidades de la industria de la producción sonora y musical y de los escuchas.
- 9p. Crea y produce propuestas sonoras originales y sustentables, adaptadas al lenguaje propio del medio, con respeto a los valores y la sensibilidad artística de sus públicos.
- 10p. Analiza el entorno laboral y evalúa el clima organizacional buscando orientar los objetivos y metas de la organización con las necesidades del entorno y el bienestar de las personas que la conforman.
- 11p. Diseña planes estratégicos de comunicación organizacional y de relaciones públicas que sean efectivos, resuelvan la problemática del entorno, favorezcan el logro de los objetivos de la organización, la productividad, la competitividad, la corresponsabilidad y la lealtad con base en una reputación coherente, con un alto sentido humano y de responsabilidad social.
- 12p. Elabora presupuestos de comunicación organizacional para mejorar la cultural laboral
- 13p. Estima la tasa de retorno de inversión de todo proyecto de comunicación interna y masiva.
- 14p. Elabora presupuestos y estima la tasa de retorno de inversión para el logro de la productividad y la competitividad.
- 15p. Construye marca soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 16p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, poniendo énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 17p. Realiza investigación de mercados y análisis de la conducta del consumidor que identifiquen nichos de oportunidad y que garanticen un retorno de inversión.
- 18p. Diseña estrategias y campañas de publicidad y mercadotecnia que respondan a las necesidades del mercado y del consumidor, garantizando en todo momento que apelen a los valores universales y sean socialmente responsables.
- 19p. Construye marcas soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 20p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, con énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 21p. Realiza críticas cinematográficas, empleando diversas técnicas y herramientas de investigación, en las que destaquen los valores estéticos y humanos de cada producción.
- 22p. Elabora guiones, lleva a cabo la logística, planeación, producción y post-producción de productos cinematográficos, de ficción, documental y animación, tanto en corto como en largometraje, con un contenido que favorezca la reflexión en el espectador, eleve su apreciación estética y realce el valor de la

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas de Convergencia y Nuevos Medios									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos

- 23p. Diseña estrategias de comercialización y promoción de un producto fílmico garantizando la rentabilidad económica y social de cada proyecto.
- 24p. Genera estrategias de programación y contenido para medios masivos de comunicación, respondiendo a las necesidades del mercado, de las audiencias y de la oferta mediática, promoviendo la responsabilidad ética de los medios masivos frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la
- 25p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos en la conducta de las audiencias.
- 26p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces en diferentes géneros desde la idea creativa hasta la post-producción.
- 27p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.
- 28p. Genera estrategias de programación y contenido para televisión abierta, restringida y convergente respondiendo a las necesidades del mercado y las audiencias.
- 29p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos audiovisuales con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.
- 30p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces con pleno conocimiento de las diversas etapas y géneros televisivos desde la idea creativa hasta la post-producción.
- 31p. Promueve la responsabilidad ética de la televisión frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la familia.
- 32p. Diseña y produce medios y mensajes periodísticos, informativos y de opinión tanto en formatos impresos, electrónicos y digitales como para nuevos medios, con objetividad, veracidad, bondad, belleza y compromiso, generando esperanza.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas Periodísticas										
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos	
BLOQUE PROFESIONAL OBLIGATORIO	Clave: INV1203 Metodología de la investigación en ciencias sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 Fundamentos de investigación cuantitativa Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 Métodos de investigación cuantitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 Métodos de investigación cualitativa y etnográfica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 Métodos de análisis de contenido Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 Opinión e imagen pública Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 Habilidades de liderazgo global Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 Ética profesional Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		
	Clave: COM1204 Comunicación Creativa para las Organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 Sociología Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 Soluciones mediáticas a necesidades sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 Comunicación Visual Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 Historia del arte Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 Lingüística y retórica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 Literatura y antropología narrativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 Semiótica y estética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 Diseño y edición digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 Evolución del pensamiento de la comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 Psicología social y persuasión Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 Mercadotecnia integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 Iluminación en medios Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 Comunicación Integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 Estrategias publicitarias y de construcción de marcas Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 Dirección de arte de la información Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2					
	Clave: FOT1202	Clave: PER2207	Clave: TEL2202	Clave: TEL2201						

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas Periodísticas									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
	Fotografía e imagen digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Creatividad e innovación periodística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Producción televisiva digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	Post-producción digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2					
		Clave: RAD2206 Producción e innovación radiofónica y auditiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222 Producción de recursos hipermediáticos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218 Lenguaje cinematográfico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6					
				Clave: PSI2288 Psicología cognoscitiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5					

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas Periodísticas										
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu pre-especialidad)					Clave: PER2208 Creatividad e innovación editorial Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 8, 9, 26p, 32p	Clave: PER2210 Innovación y estructura periodística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 8, 9, 26p, 32p	Clave: PER2211 Sistema mundial de la información Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 9, 2p, 3p,	Clave: ADM2292 Alta dirección, planeación estratégica y comercialización informativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: INT3253 Competencias 7, 2p		
					Clave: PER2213 Tendencias del periodismo especializado informativo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 9, 3p	Clave: PER2212 Tendencia del periodismo especializado de entretenimiento Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 9, 3p	Clave: DER3264 Globalización y legislación de los medios informativos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 2p,	Clave: MER2262 Publicidad y mercadotecnia integradas en el periodismo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: PER2214 Competencias 3p		
							Clave:INT3247 Practicum 1: Lenguaje periodístico para medios impresos, electrónicos, digitales y convergentes Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: PER2207 / PER2208 / PER2213 Competencias 8, 32p	Clave:INT3253 Practicum 2: Laboratorio de dirección de empresas periodísticas I Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3247 / PER2210 Competencias 7, 2p	Clave: INT3261 Practicum 3: Laboratorio de dirección de empresas periodísticas II Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3253/ PER2214 / PER2211 Competencias 7, 2p	
							Clave: PER2209 Herramientas periodísticas aplicadas a las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 2p, 11p	Clave: PER2214 Periodismo digital y nuevos medios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: DIS2260 Competencias 8, 32p		
	Clave: HUM1201	Clave: HUM2204	Clave: HUM2201	Clave: HUM2202	Clave: HUM2203	Clave: HUM2205		Clave: FIL2202		

78

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas Periodísticas										
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
HUMANIDADES Debes cursar las materias HUM1201 y COM1202 en el primer semestre, las demás materias del bloque las puedes cursar cuando tú quieras, observando la seriación de las mismas.	Introducción a los estudios universitarios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	Historia del pensamiento Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Antropología fundamental Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Ética y bioética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	Historia de occidente Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	Persona y trascendencia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1		Responsabilidad social Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1		48
	Clave: COM1201 Habilidades de comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1									

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas Periodísticas									
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE
ESTUDIOS GENERALES Puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos	Electiva I	Electiva II		Electiva III	Electiva IV	Electiva V		
		Competencia Anáhuac: 2 Créditos: 3	Competencia Anáhuac: 2 Créditos: 3		Competencia Anáhuac: 2 Créditos: 3	Competencia Anáhuac: 2 Créditos: 3	Competencia Anáhuac: 2 Créditos: 3		
Créditos	45	45	51	54	51	51	33	30	360
Materias	8	9	9	9	9	9	6	5	64
Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)									360

Revisión: febrero 2016

Competencias Anáhuac

1. Reconoce y opta por la verdad como característica de una razón abierta a la realidad y a la verdad del hombre en todas las dimensiones: cuerpo – alma, inteligencia, voluntad, afectividad, intersubjetividad, historicidad, libertad, responsabilidad, conciencia, moralidad y apertura a la trascendencia.
2. Establece relaciones interpersonales que favorecen el trabajo en equipo y el desarrollo de su liderazgo, de una forma empática y respetuosa en diferentes ambientes sociales y culturales, comprometiéndose en el desarrollo social sustentable y eficiente de su entorno.
3. Elabora y transmite mensajes escritos y orales de forma correcta, estructurada, clara y eficaz tanto en la lengua materna como en lengua extranjera, respetando los aspectos culturales asociados a ellas.

Competencias electivas de área profesional

1. Establece mediaciones, remediaciones e hipermediaciones a distintos niveles y en forma compleja: intrapersonal, interpersonal, grupal, macrosocial, panregional y global, ya sea en procesos lineales, simultáneos, interactivos, bajo demanda, en red o matricial a través de frecuencias terrestres, satelitales, cable, inalámbricas o Internet, en dispositivos fijos y móviles, sustentadas en el análisis histórico, la evolución de las instituciones de la comunicación y el entretenimiento, los conceptos y teorías de la comunicación y del marco legal, considerando las leyes de libertad de expresión y prensa así como los derechos de autor, derechos humanos, derecho a la información y derecho a disentir.
2. Realiza programas, proyectos, estrategias, planes y medios de comunicación que reconozcan y favorezcan el desarrollo del ser humano tanto en su esencia, naturaleza y devenir histórico como en su carácter de persona en continua comunicación con su entorno, asumiéndose como un agente de transformación social basado en los principios universales de la ética aplicada a la profesión promoviendo la equidad, la justicia, la belleza, la diversidad, la bondad, la solidaridad y la verdad en una sociedad global y diversa.
3. Realiza investigación científica y humanista en el campo de la comunicación -cuantitativa, cualitativa, etnográfica, semiológica, netnográfica y de análisis de contenido- generando conocimiento como vía de apropiación de la verdad en sus diferentes ámbitos y modalidades, impulsando el pensamiento crítico, creativo, activo e independiente con autocritica sobre su desempeño profesional con una actitud de perfeccionamiento continuo.
4. Desarrolla bienes y servicios de comunicación impresa, visual y digital ya sea innovando, interviniendo procesos, solucionando problemas, y/o concluyendo negociaciones existentes, en organizaciones tanto públicas, privadas o del tercer sector, a nivel directivo y de gestión, empleando habilidades avanzadas de comunicación verbal y escrita, de cálculo matemático, análisis cuantitativo y cualitativo, de uso y apropiación tecnológica, de generación, dirección y conducción de proyectos, de comercialización y mercadológicas.
5. Genera cambios cognitivos, conductuales y actitudinales en las audiencias, generando mensajes oportunos y pertinentes al entorno cultural, social, económico, filosófico, político y artístico.
6. Determina la influencia, impacto o efecto de los mensajes en las personas, familias, instituciones, sociedad y la cultura, proponiendo en respuesta a los resultados alcanzados cambios, mejoras o mantenimiento a dichos mensajes, con una actitud orientada al hombre y al beneficio de la sociedad.

Competencias profesionales

- 1p. Detecta, como resultado de la evaluación sistemática y objetiva, el uso, apropiación y consumo hipermediático por las diversas audiencias, utilizando metodologías variadas de acuerdo a los propósitos que se persiguen.
- 2p. Recolecta y analiza información confiable de tipo económica, política, cultural, social y deportiva, a través de diversos métodos e instrumentos de investigación y medida. Su actividad profesional se caracteriza por la veracidad, un análisis crítico y la oportunidad de difundir el conocimiento a las personas y mejorar la vida en sociedad.
- 3p. Difunde la información periodística obtenida mediante investigación, en artículos, ensayos, y ponencias que promuevan la libertad de prensa, expresión, acceso y derecho a la información en beneficio del hombre y la sociedad.
- 4p. Genera estrategias de programación y contenido que cubran las áreas de oportunidad y necesidades del mercado, proponiendo alternativas de productos viables acordes a las necesidades de cada estación o grupo radiofónico.
- 5p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos y productos auditivos en la conducta de la audiencia realizando análisis de contenidos, de percepción, de opinión pública y ratings.
- 6p. Redacta, diseña, dirige y produce programas radiofónicos, hablados y musicales empleando técnicas de guionismo, dramatización vocal y de doblaje que eleven el nivel de entretenimiento e información de los contenidos ofertados y la calidad de vida de los escuchas.
- 7p. Desarrolla contenidos de audio que enriquezcan la experiencia sensorial de las producciones auditivas y audiovisuales con el fin de crear ambientes que generen sensaciones, sentimientos y emociones en los escuchas.
- 8p. Genera canciones, jingles y musicalizaciones que cubran las necesidades de la industria de la producción sonora y musical y de los escuchas.
- 9p. Crea y produce propuestas sonoras originales y sustentables, adaptadas al lenguaje propio del medio, con respeto a los valores y la sensibilidad artística de sus públicos.
- 10p. Analiza el entorno laboral y evalúa el clima organizacional buscando orientar los objetivos y metas de la organización con las necesidades del entorno y el bienestar de las personas que la conforman.
- 11p. Diseña planes estratégicos de comunicación organizacional y de relaciones públicas que sean efectivos, resuelvan la problemática del entorno, favorezcan el logro de los objetivos de la organización, la productividad, la competitividad, la corresponsabilidad y la lealtad con base en una reputación coherente, con un alto sentido humano y de responsabilidad social.
- 12p. Elabora presupuestos de comunicación organizacional para mejorar la cultura laboral
- 13p. Estima la tasa de retorno de inversión de todo proyecto de comunicación interna y masiva.
- 14p. Elabora presupuestos y estima la tasa de retorno de inversión para el logro de la productividad y la competitividad.
- 15p. Construye marca soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 16p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, poniendo énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 17p. Realiza investigación de mercados y análisis de la conducta del consumidor que identifiquen nichos de oportunidad y que garanticen un retorno de inversión.
- 18p. Diseña estrategias y campañas de publicidad y mercadotecnia que respondan a las necesidades del mercado y del consumidor, garantizando en todo momento que apelen a los valores universales y sean socialmente responsables.
- 19p. Construye marcas soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 20p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, con énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 21p. Realiza críticas cinematográficas, empleando diversas técnicas y herramientas de investigación, en las que destaquen los valores estéticos y humanos de cada producción.
- 22p. Elabora guiones, lleva a cabo la logística, planeación, producción y post-producción de productos cinematográficos, de ficción, documental y animación, tanto en corto como en largometraje, con un contenido que favorezca la reflexión en el espectador, eleve su apreciación estética y realce el valor de la
- 23p. Diseña estrategias de comercialización y promoción de un producto fílmico garantizando la rentabilidad económica y social de cada proyecto.
- 24p. Genera estrategias de programación y contenido para medios masivos de comunicación, respondiendo a las necesidades del mercado, de las audiencias y de la oferta mediática, promoviendo la responsabilidad ética de los medios masivos frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la



RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
 TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas Periodísticas

AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
----------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

- 25p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos en la conducta de las audiencias.
- 26p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces en diferentes géneros desde la idea creativa hasta la post-producción.
- 27p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.
- 28p. Genera estrategias de programación y contenido para televisión abierta, restringida y convergente respondiendo a las necesidades del mercado y las audiencias.
- 29p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos audiovisuales con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.
- 30p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces con pleno conocimiento de las diversas etapas y géneros televisivos desde la idea creativa hasta la post-producción.
- 31p. Promueve la responsabilidad ética de la televisión frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la familia.
- 32p. Diseña y produce medios y mensajes periodísticos, informativos y de opinión tanto en formatos impresos, electrónicos y digitales como para nuevos medios, con objetividad, veracidad, bondad, belleza y compromiso, generando esperanza.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas Radiofónicas y Diseño de Audio										
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos	
BLOQUE PROFESIONAL OBLIGATORIO	Clave: INV1203 Metodología de la investigación en ciencias sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 Fundamentos de investigación cuantitativa Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 Métodos de investigación cuantitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 Métodos de investigación cualitativa y etnográfica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 Métodos de análisis de contenido Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 Opinión e imagen pública Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 Habilidades de liderazgo global Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 Ética profesional Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		
	Clave: COM1204 Comunicación Creativa para las Organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 Sociología Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 Soluciones mediáticas a necesidades sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 Comunicación Visual Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 Historia del arte Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 Lingüística y retórica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 Literatura y antropología narrativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 Semiótica y estética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 Diseño y edición digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 Evolución del pensamiento de la comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 Psicología social y persuasión Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 Mercadotecnia integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 Iluminación en medios Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 Comunicación Integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 Estrategias publicitarias y de construcción de marcas Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 Dirección de arte de la información Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2					
	Clave: FOT1202	Clave: PER2207	Clave: TEL2202	Clave: TEL2201						

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas Radiofónicas y Diseño de Audio									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
	Fotografía e imagen digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Creatividad e innovación periodística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Producción televisiva digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	Post-producción digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2					
		Clave: RAD2206 Producción e innovación radiofónica y auditiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222 Producción de recursos hipermediáticos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218 Lenguaje cinematográfico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6					
				Clave: PSI2288 Psicología cognoscitiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5					

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas Radiofónicas y Diseño de Audio									
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu pre-especialidad)					Clave: RAD2212 Locución y técnica vocal Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 6p	Clave: RAD2211 Industria discográfica y dirección artística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 4p	Clave: RAD2210 Estrategias radiofónicas para radio hablada e informativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 4p	Clave: ADM2294 Alta Dirección, Planeación estratégica y comercialización radiofónica y auditiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: INT3254 Competencia: 7, 4p	
					Clave: RAD2213 Producción y guionismo para nuevos medios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 11, 6p, 9p	Clave: RAD2208 Diseño de producción y grabación de audio y espacios sonoros Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 10, 11, 12, 7p, 8p, 9p, 26p	Clave: DER3265 Globalización y legislación radiofónica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8p,	Clave: MER2263 Publicidad y mercadotecnia integrada en empresas radiofónicas y de diseño de audio Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8, 5p	
						Clave: INT3245 Practicum 1: Laboratorio de Diseño de Audio Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: RAD2206 / RAD2213 Competencia: 10, 7p	Clave: INT3254 Practicum 2: Laboratorio de dirección de empresas radiofónicas y diseño de audio I Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3245 / RAD2208 Competencia: 9, 6p	Clave: INT3262 Practicum 3: Laboratorio de dirección de empresas radiofónicas y diseño de audio II Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3254 / RAD2210 / RAD2214 Competencia: 9, 6p	
						Clave: RAD2209 Doblaje y actuación de la voz Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno	Clave: RAD2214 Programación musical y de programas de entretenimiento Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno		

78

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas Radiofónicas y Diseño de Audio									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
HUMANIDADES Debes cursar las materias HUM1201 y COM1202 en el primer semestre, las demás materias del bloque las puedes cursar cuando tú quieras, observando la seriación de las mismas.	Clave: HUM1201 Introducción a los estudios universitarios Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2204 Historia del pensamiento Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2201 Antropología fundamental Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2202 Ética y bioética Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2203 Historia de occidente Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2205 Persona y trascendencia Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1	Competencia: 6p Competencia: 7, 4p	Clave: FIL2202 Responsabilidad social Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	48
	Clave: COM1201 Habilidades de comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1								

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas Radiofónicas y Diseño de Audio									
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE
ESTUDIOS GENERALES Puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos	Electiva I	Electiva II		Electiva III	Electiva IV	Electiva V		
		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2		
Créditos	45	42	48	54	48	48	30	30	345
Materias	8	9	9	9	9	9	6	5	64
Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)									360

Competencias Anáhuac

1. Reconoce y opta por la verdad como característica de una razón abierta a la realidad y a la verdad del hombre en todas las dimensiones: cuerpo – alma, inteligencia, voluntad, afectividad, intersubjetividad, historicidad, libertad, responsabilidad, conciencia, moralidad y apertura a la trascendencia.
2. Establece relaciones interpersonales que favorecen el trabajo en equipo y el desarrollo de su liderazgo, de una forma empática y respetuosa en diferentes ambientes sociales y culturales, comprometiéndose en el desarrollo social sustentable y eficiente de su entorno.
3. Elabora y transmite mensajes escritos y orales de forma correcta, estructurada, clara y eficaz tanto en la lengua materna como en lengua extranjera, respetando los aspectos culturales asociados a ellas.

Competencias electivas de área profesional

1. Establece mediaciones, remediaciones e hipermediaciones a distintos niveles y en forma compleja: intrapersonal, interpersonal, grupal, macrosocial, panregional y global, ya sea en procesos lineales, simultáneos, interactivos, bajo demanda, en red o matricial a través de frecuencias terrestres, satelitales, cable, inalámbricas o Internet, en dispositivos fijos y móviles, sustentadas en el análisis histórico, la evolución de las instituciones de la comunicación y el entretenimiento, los conceptos y teorías de la comunicación y del marco legal, considerando las leyes de libertad de expresión y prensa así como los derechos de autor, derechos humanos, derecho a la información y derecho a disentir.
2. Realiza programas, proyectos, estrategias, planes y medios de comunicación que reconozcan y favorezcan el desarrollo del ser humano tanto en su esencia, naturaleza y devenir histórico como en su carácter de persona en continua comunicación con su entorno, asumiéndose como un agente de transformación social basado en los principios universales de la ética aplicada a la profesión promoviendo la equidad, la justicia, la belleza, la diversidad, la bondad, la solidaridad y la verdad en una sociedad global y diversa.
3. Realiza investigación científica y humanista en el campo de la comunicación -cuantitativa, cualitativa, etnográfica, semiológica, netnográfica y de análisis de contenido- generando conocimiento como vía de apropiación de la verdad en sus diferentes ámbitos y modalidades, impulsando el pensamiento crítico, creativo, activo e independiente con autocritica sobre su desempeño profesional con una actitud de perfeccionamiento continuo.
4. Desarrolla bienes y servicios de comunicación impresa, visual y digital ya sea innovando, interviniendo procesos, solucionando problemas, y/o concluyendo negociaciones existentes, en organizaciones tanto públicas, privadas o del tercer sector, a nivel directivo y de gestión, empleando habilidades avanzadas de comunicación verbal y escrita, de cálculo matemático, análisis cuantitativo y cualitativo, de uso y apropiación tecnológica, de generación, dirección y conducción de proyectos, de comercialización y mercadológicas.
5. Genera cambios cognitivos, conductuales y actitudinales en las audiencias, generando mensajes oportunos y pertinentes al entorno cultural, social, económico, filosófico, político y artístico.
6. Determina la influencia, impacto o efecto de los mensajes en las personas, familias, instituciones, sociedad y la cultura, proponiendo en respuesta a los resultados alcanzados cambios, mejoras o mantenimiento a dichos mensajes, con una actitud orientada al hombre y al beneficio de la sociedad.

Competencias profesionales

- 1p. Detecta, como resultado de la evaluación sistemática y objetiva, el uso, apropiación y consumo hipermediático por las diversas audiencias, utilizando metodologías variadas de acuerdo a los propósitos que se persiguen.
- 2p. Recolecta y analiza información confiable de tipo económica, política, cultural, social y deportiva, a través de diversos métodos e instrumentos de investigación y medida. Su actividad profesional se caracteriza por la veracidad, un análisis crítico y la oportunidad de difundir el conocimiento a las personas y mejorar la vida en sociedad.
- 3p. Difunde la información periodística obtenida mediante investigación, en artículos, ensayos, y ponencias que promuevan la libertad de prensa, expresión, acceso y derecho a la información en beneficio del hombre y la sociedad.
- 4p. Genera estrategias de programación y contenido que cubran las áreas de oportunidad y necesidades del mercado, proponiendo alternativas de productos viables acordes a las necesidades de cada estación o grupo radiofónico.
- 5p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos y productos auditivos en la conducta de la audiencia realizando análisis de contenidos, de percepción, de opinión pública y ratings.
- 6p. Redacta, diseña, dirige y produce programas radiofónicos, hablados y musicales empleando técnicas de guionismo, dramatización vocal y de doblaje que eleven el nivel de entretenimiento e información de los contenidos ofertados y la calidad de vida de los escuchas.
- 7p. Desarrolla contenidos de audio que enriquezcan la experiencia sensorial de las producciones auditivas y audiovisuales con el fin de crear ambientes que generen sensaciones, sentimientos y emociones en los escuchas.
- 8p. Genera canciones, jingles y musicalizaciones que cubran las necesidades de la industria de la producción sonora y musical y de los escuchas.
- 9p. Crea y produce propuestas sonoras originales y sustentables, adaptadas al lenguaje propio del medio, con respeto a los valores y la sensibilidad artística de sus públicos.
- 10p. Analiza el entorno laboral y evalúa el clima organizacional buscando orientar los objetivos y metas de la organización con las necesidades del entorno y el bienestar de las personas que la conforman.
- 11p. Diseña planes estratégicos de comunicación organizacional y de relaciones públicas que sean efectivos, resuelvan la problemática del entorno, favorezcan el logro de los objetivos de la organización, la productividad, la competitividad, la corresponsabilidad y la lealtad con base en una reputación coherente, con un alto sentido humano y de responsabilidad social.
- 12p. Elabora presupuestos de comunicación organizacional para mejorar la cultura laboral
- 13p. Estima la tasa de retorno de inversión de todo proyecto de comunicación interna y masiva.
- 14p. Elabora presupuestos y estima la tasa de retorno de inversión para el logro de la productividad y la competitividad.
- 15p. Construye marca soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 16p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, poniendo énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 17p. Realiza investigación de mercados y análisis de la conducta del consumidor que identifiquen nichos de oportunidad y que garanticen un retorno de inversión.
- 18p. Diseña estrategias y campañas de publicidad y mercadotecnia que respondan a las necesidades del mercado y del consumidor, garantizando en todo momento que apelen a los valores universales y sean socialmente responsables.
- 19p. Construye marcas soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 20p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, con énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 21p. Realiza críticas cinematográficas, empleando diversas técnicas y herramientas de investigación, en las que destaquen los valores estéticos y humanos de cada producción.
- 22p. Elabora guiones, lleva a cabo la logística, planeación, producción y post-producción de productos cinematográficos, de ficción, documental y animación, tanto en corto como en largometraje, con un contenido que favorezca la reflexión en el espectador, eleve su apreciación estética y realce el valor de la
- 23p. Diseña estrategias de comercialización y promoción de un producto fílmico garantizando la rentabilidad económica y social de cada proyecto.
- 24p. Genera estrategias de programación y contenido para medios masivos de comunicación, respondiendo a las necesidades del mercado, de las audiencias y de la oferta mediática, promoviendo la responsabilidad ética de los medios masivos frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la
- 25p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos en la conducta de las audiencias.



RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
 TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección de Empresas Radiofónicas y Diseño de Audio

ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos

26p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces en diferentes géneros desde la idea creativa hasta la post-producción.
 27p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.
 28p. Genera estrategias de programación y contenido para televisión abierta, restringida y convergente respondiendo a las necesidades del mercado y las audiencias.
 29p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos audiovisuales con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.
 30p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces con pleno conocimiento de las diversas etapas y géneros televisivos desde la idea creativa hasta la post-producción.
 31p. Promueve la responsabilidad ética de la televisión frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la familia.
 32p. Diseña y produce medios y mensajes periodísticos, informativos y de opinión tanto en formatos impresos, electrónicos y digitales como para nuevos medios, con objetividad, veracidad, bondad, belleza y compromiso, generando esperanza.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Comunicación Integral para las Organizaciones										
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos	
BLOQUE PROFESIONAL OBLIGATORIO	Clave: INV1203 Metodología de la investigación en ciencias sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 Fundamentos de investigación cuantitativa Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 Métodos de investigación cuantitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 Métodos de investigación cualitativa y etnográfica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 Métodos de análisis de contenido Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 Opinión e imagen pública Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 Habilidades de liderazgo global Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 Ética profesional Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		219
	Clave: COM1204 Comunicación Creativa para las Organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 Sociología Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 Soluciones mediáticas a necesidades sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 Comunicación Visual Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 Historia del arte Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 Lingüística y retórica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 Literatura y antropología narrativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 Semiótica y estética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 Diseño y edición digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 Evolución del pensamiento de la comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 Psicología social y persuasión Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 Mercadotecnia integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 Iluminación en medios Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 Comunicación Integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 Estrategias publicitarias y de construcción de marcas Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 Dirección de arte de la información Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2					
	Clave: FOT1202	Clave: PER2207	Clave: TEL2202	Clave: TEL2201						

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Comunicación Integral para las Organizaciones									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
	Fotografía e imagen digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Creatividad e innovación periodística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Producción televisiva digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	Post-producción digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2					
		Clave: RAD2206 Producción e innovación radiofónica y auditiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222 Producción de recursos hipermediáticos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218 Lenguaje cinematográfico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6					
				Clave: PSI2288 Psicología cognoscitiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5					

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Comunicación Integral para las Organizaciones									
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu pre-especialidad)					Clave: COM2225 Diseño integral para las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 11p	Clave: ADM2297 Liderazgo de comunicación en las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: COM2225 Competencias 10p	Clave: COM2224 Comunicación para la responsabilidad social corporativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 8, 11p	Clave: ADM2291 Alta dirección de comunicación integral para las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: INT3255 Competencias 10, 13p, 14p	78
					Clave: PER2209 Herramientas periodísticas aplicadas a las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 2p, 11p	Clave: ADM2290 Administración y producción de comunicación para las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 12p	Clave: COM2226 Relaciones públicas estratégicas para las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 11p	Clave: ADM2296 Dirección estratégica de comunicación para las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 10, 11, 11p,	
						Clave: INT3244 Practicum 1: Globalización y legislación de las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1204 / COM2225 Competencias 8, 11p,	Clave: INT3255 Practicum 2: Laboratorio de dirección de comunicación integral para las organizaciones I Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3244 / ADM2290 Competencias 8, 11p	Clave: INT3263 Practicum 3: Laboratorio de dirección en comunicación integral para las organizaciones II Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3255 / COM2223 / COM2226 Competencias 8, 11p	
						Clave: MER2264 Publicidad, mercadotecnia y comercio electrónico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: DIS2259 Competencias 7, 13, 10p, 17p	Clave: COM2223 Auditoría y diagnóstico de comunicación integral para las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 10p, 16p		
HUMANIDADES	Clave: HUM1201 Introducción a los estudios universitarios Créditos: 6 Horas: 3	Clave: HUM2204 Historia del pensamiento Créditos: 6 Horas: 3	Clave: HUM2201 Antropología fundamental Créditos: 6 Horas: 3	Clave: HUM2202 Ética y bioética Créditos: 6 Horas: 3	Clave: HUM2203 Historia de occidente Créditos: 6 Horas: 3	Clave: HUM2205 Persona y trascendencia Créditos: 6 Horas: 3		Clave: FIL2202 Responsabilidad social Créditos: 6 Horas: 3	

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Comunicación Integral para las Organizaciones									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
Debes cursar las materias HUM1201 y COM1202 en el primer semestre, las demás materias del bloque las puedes cursar cuando tú quieras, observando la seriación de las mismas.	Pre-requisito: ninguno	Pre-requisito: HUM1201	Pre-requisito: HUM1201	Pre-requisito: HUM2201	Pre-requisito: HUM2204	Pre-requisito: HUM2202		Pre-requisito: ninguno	48
	Competencia Anáhuac: 1	Competencia Anáhuac: 1	Competencia Anáhuac: 1	Competencia Anáhuac: 1	Competencia Anáhuac: 1	Competencia Anáhuac: 1		Competencia Anáhuac: 1	
	Clave: COM1201								
	Habilidades de comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1								

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Comunicación Integral para las Organizaciones									
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE
ESTUDIOS GENERALES Puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos	Electiva I	Electiva II		Electiva III	Electiva IV	Electiva V		
		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2		
Créditos	45	42	48	54	48	48	30	30	345
Materias	8	9	9	9	9	9	6	5	64
Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)									360

Competencias Anáhuac

1. Reconoce y opta por la verdad como característica de una razón abierta a la realidad y a la verdad del hombre en todas las dimensiones: cuerpo – alma, inteligencia, voluntad, afectividad, intersubjetividad, historicidad, libertad, responsabilidad, conciencia, moralidad y apertura a la trascendencia.
2. Establece relaciones interpersonales que favorecen el trabajo en equipo y el desarrollo de su liderazgo, de una forma empática y respetuosa en diferentes ambientes sociales y culturales, comprometiéndose en el desarrollo social sustentable y eficiente de su entorno.
3. Elabora y transmite mensajes escritos y orales de forma correcta, estructurada, clara y eficaz tanto en la lengua materna como en lengua extranjera, respetando los aspectos culturales asociados a ellas.

Competencias electivas de área profesional

1. Establece mediaciones, remediaciones e hipermediaciones a distintos niveles y en forma compleja: intrapersonal, interpersonal, grupal, macrosocial, panregional y global, ya sea en procesos lineales, simultáneos, interactivos, bajo demanda, en red o matricial a través de frecuencias terrestres, satelitales, cable, inalámbricas o Internet, en dispositivos fijos y móviles, sustentadas en el análisis histórico, la evolución de las instituciones de la comunicación y el entretenimiento, los conceptos y teorías de la comunicación y del marco legal, considerando las leyes de libertad de expresión y prensa así como los derechos de autor, derechos humanos, derecho a la información y derecho a disentir.
2. Realiza programas, proyectos, estrategias, planes y medios de comunicación que reconozcan y favorezcan el desarrollo del ser humano tanto en su esencia, naturaleza y devenir histórico como en su carácter de persona en continua comunicación con su entorno, asumiéndose como un agente de transformación social basado en los principios universales de la ética aplicada a la profesión promoviendo la equidad, la justicia, la belleza, la diversidad, la bondad, la solidaridad y la verdad en una sociedad global y diversa.
3. Realiza investigación científica y humanista en el campo de la comunicación -cuantitativa, cualitativa, etnográfica, semiológica, netnográfica y de análisis de contenido- generando conocimiento como vía de apropiación de la verdad en sus diferentes ámbitos y modalidades, impulsando el pensamiento crítico, creativo, activo e independiente con autocrítica sobre su desempeño profesional con una actitud de perfeccionamiento continuo.
4. Desarrolla bienes y servicios de comunicación impresa, visual y digital ya sea innovando, interviniendo procesos, solucionando problemas, y/o concluyendo negociaciones existentes, en organizaciones tanto públicas, privadas o del tercer sector, a nivel directivo y de gestión, empleando habilidades avanzadas de comunicación verbal y escrita, de cálculo matemático, análisis cuantitativo y cualitativo, de uso y apropiación tecnológica, de generación, dirección y conducción de proyectos, de comercialización y mercadológicas.
5. Genera cambios cognitivos, conductuales y actitudinales en las audiencias, generando mensajes oportunos y pertinentes al entorno cultural, social, económico, filosófico, político y artístico.
6. Determina la influencia, impacto o efecto de los mensajes en las personas, familias, instituciones, sociedad y la cultura, proponiendo en respuesta a los resultados alcanzados cambios, mejoras o mantenimiento a dichos mensajes, con una actitud orientada al hombre y al beneficio de la sociedad.

Competencias profesionales

- 1p. Detecta, como resultado de la evaluación sistemática y objetiva, el uso, apropiación y consumo hipermediático por las diversas audiencias, utilizando metodologías variadas de acuerdo a los propósitos que se persiguen.
- 2p. Recolecta y analiza información confiable de tipo económica, política, cultural, social y deportiva, a través de diversos métodos e instrumentos de investigación y medida. Su actividad profesional se caracteriza por la veracidad, un análisis crítico y la oportunidad de difundir el conocimiento a las personas y mejorar la vida en sociedad.
- 3p. Difunde la información periodística obtenida mediante investigación, en artículos, ensayos, y ponencias que promuevan la libertad de prensa, expresión, acceso y derecho a la información en beneficio del hombre y la sociedad.
- 4p. Genera estrategias de programación y contenido que cubran las áreas de oportunidad y necesidades del mercado, proponiendo alternativas de productos viables acordes a las necesidades de cada estación o grupo radiofónico.
- 5p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos y productos auditivos en la conducta de la audiencia realizando análisis de contenidos, de percepción, de opinión pública y ratings.
- 6p. Redacta, diseña, dirige y produce programas radiofónicos, hablados y musicales empleando técnicas de guionismo, dramatización vocal y de doblaje que eleven el nivel de entretenimiento e información de los contenidos ofertados y la calidad de vida de los escuchas.
- 7p. Desarrolla contenidos de audio que enriquezcan la experiencia sensorial de las producciones auditivas y audiovisuales con el fin de crear ambientes que generen sensaciones, sentimientos y emociones en los escuchas.
- 8p. Genera canciones, jingles y musicalizaciones que cubran las necesidades de la industria de la producción sonora y musical y de los escuchas.
- 9p. Crea y produce propuestas sonoras originales y sustentables, adaptadas al lenguaje propio del medio, con respeto a los valores y la sensibilidad artística de sus públicos.
- 10p. Analiza el entorno laboral y evalúa el clima organizacional buscando orientar los objetivos y metas de la organización con las necesidades del entorno y el bienestar de las personas que la conforman.
- 11p. Diseña planes estratégicos de comunicación organizacional y de relaciones públicas que sean efectivos, resuelvan la problemática del entorno, favorezcan el logro de los objetivos de la organización, la productividad, la competitividad, la corresponsabilidad y la lealtad con base en una reputación coherente, con un alto sentido humano y de responsabilidad social.
- 12p. Elabora presupuestos de comunicación organizacional para mejorar la cultural laboral
- 13p. Estima la tasa de retorno de inversión de todo proyecto de comunicación interna y masiva.
- 14p. Elabora presupuestos y estima la tasa de retorno de inversión para el logro de la productividad y la competitividad.
- 15p. Construye marca soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 16p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, poniendo énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 17p. Realiza investigación de mercados y análisis de la conducta del consumidor que identifiquen nichos de oportunidad y que garanticen un retorno de inversión.
- 18p. Diseña estrategias y campañas de publicidad y mercadotecnia que respondan a las necesidades del mercado y del consumidor, garantizando en todo momento que apelen a los valores universales y sean socialmente responsables.
- 19p. Construye marcas soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 20p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, con énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 21p. Realiza críticas cinematográficas, empleando diversas técnicas y herramientas de investigación, en las que destaquen los valores estéticos y humanos de cada producción.
- 22p. Elabora guiones, lleva a cabo la logística, planeación, producción y post-producción de productos cinematográficos, de ficción, documental y animación, tanto en corto como en largometraje, con un contenido que favorezca la reflexión en el espectador, eleve su apreciación estética y realce el valor de la
- 23p. Diseña estrategias de comercialización y promoción de un producto fílmico garantizando la rentabilidad económica y social de cada proyecto.
- 24p. Genera estrategias de programación y contenido para medios masivos de comunicación, respondiendo a las necesidades del mercado, de las audiencias y de la oferta mediática, promoviendo la responsabilidad ética de los medios masivos frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Comunicación Integral para las Organizaciones

AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
25p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos en la conducta de las audiencias.										
26p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces en diferentes géneros desde la idea creativa hasta la post-producción.										
27p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.										
28p. Genera estrategias de programación y contenido para televisión abierta, restringida y convergente respondiendo a las necesidades del mercado y las audiencias.										
29p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos audiovisuales con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.										
30p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces con pleno conocimiento de las diversas etapas y géneros televisivos desde la idea creativa hasta la post-producción.										
31p. Promueve la responsabilidad ética de la televisión frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la familia.										
32p. Diseña y produce medios y mensajes periodísticos, informativos y de opinión tanto en formatos impresos, electrónicos y digitales como para nuevos medios, con objetividad, veracidad, bondad, belleza y compromiso, generando esperanza.										

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Publicidad y Comunicación Corporativa										
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos	
BLOQUE PROFESIONAL OBLIGATORIO	Clave: INV1203 Metodología de la investigación en ciencias sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 Fundamentos de investigación cuantitativa Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 Métodos de investigación cuantitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 Métodos de investigación cualitativa y etnográfica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 Métodos de análisis de contenido Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 Opinión e imagen pública Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 Habilidades de liderazgo global Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 Ética profesional Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		
	Clave: COM1204 Comunicación Creativa para las Organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 Sociología Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 Soluciones mediáticas a necesidades sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 Comunicación Visual Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 Historia del arte Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 Lingüística y retórica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 Literatura y antropología narrativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 Semiótica y estética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 Diseño y edición digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 Evolución del pensamiento de la comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 Psicología social y persuasión Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 Mercadotecnia integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 Iluminación en medios Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 Comunicación Integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 Estrategias publicitarias y de construcción de marcas Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 Dirección de arte de la información Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2					
	Clave: FOT1202	Clave: PER2207	Clave: TEL2202	Clave: TEL2201						

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
 TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Publicidad y Comunicación Corporativa									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
	Fotografía e imagen digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Creatividad e innovación periodística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Producción televisiva digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	Post-producción digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2					
		Clave: RAD2206 Producción e innovación radiofónica y auditiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222 Producción de recursos hipermediáticos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218 Lenguaje cinematográfico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6					
				Clave: PSI2288 Psicología cognoscitiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5					

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Publicidad y Comunicación Corporativa										
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu pre-especialidad)					Clave: DER3261 Globalización y legislación de la publicidad y la comunicación corporativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 14	Clave: PUB2201 Creatividad e innovación publicitaria Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4 y 22	Clave: MER2264 Publicidad, mercadotecnia y comercio electrónico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: DER3261 Competencia: 1, 7, 17 y 24	Clave: ADM2291 Alta dirección de comunicación integral para las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: INT3243 Competencia: 4, 20 y 21		78
					Clave: MER2256 Comportamiento y tendencias del consumidor Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1 y 24	Clave: COM2223 Auditoría y diagnóstico de comunicación organizacional Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 17 y 23	Clave: MER2258 Dirección estratégica de comunicación integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4, 5 y 27	Clave: PUB2202 Dirección y producción de campañas integrales de publicidad Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4, 5 y 23		
						Clave: INT3243 Practicum 1: Diseño integral para las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1204 Competencia: 2 y 18	Clave: INT3258 Practicum 2: Laboratorio de pensamiento creativo en publicidad Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2252 / MER1202 Competencia: 2 y 18	Clave: INT3264 Practicum 3: Laboratorio de dirección en publicidad Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3258 Competencia: 5 y 23		
						Clave: MER2265 Sistemas de información de mercadotecnia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 23 y 25	Clave: COM2226 Relaciones públicas estratégicas para las organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 18			
	Clave: HUM1201	Clave: HUM2204	Clave: HUM2201	Clave: HUM2202	Clave: HUM2203	Clave: HUM2205		Clave: FIL2202		

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Publicidad y Comunicación Corporativa									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
HUMANIDADES Debes cursar las materias HUM1201 y COM1202 en el primer semestre, las demás materias del bloque las puedes cursar cuando tú quieras, observando la seriación de las mismas.	Introducción a los estudios universitarios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	Historia del pensamiento Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Antropología fundamental Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Ética y bioética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	Historia de occidente Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	Persona y trascendencia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1		Responsabilidad social Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	48
	Clave: COM1201 Habilidades de comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1								

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Publicidad y Comunicación Corporativa										
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
ESTUDIOS GENERALES Puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos	Electiva I	Electiva II		Electiva III	Electiva IV	Electiva V			15
		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2			
Créditos	45	42	48	54	48	48	30	30		345
Materias	8	9	9	9	9	9	6	5		64
Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)										360

Competencias Anáhuac

1. Reconoce y opta por la verdad como característica de una razón abierta a la realidad y a la verdad del hombre en todas las dimensiones: cuerpo – alma, inteligencia, voluntad, afectividad, intersubjetividad, historicidad, libertad, responsabilidad, conciencia, moralidad y apertura a la trascendencia.
2. Establece relaciones interpersonales que favorecen el trabajo en equipo y el desarrollo de su liderazgo, de una forma empática y respetuosa en diferentes ambientes sociales y culturales, comprometiéndose en el desarrollo social sustentable y eficiente de su entorno.
3. Elabora y transmite mensajes escritos y orales de forma correcta, estructurada, clara y eficaz tanto en la lengua materna como en lengua extranjera, respetando los aspectos culturales asociados a ellas.

Competencias electivas de área profesional

1. Establece mediaciones, remediaciones e hipermediaciones a distintos niveles y en forma compleja: intrapersonal, interpersonal, grupal, macrosocial, panregional y global, ya sea en procesos lineales, simultáneos, interactivos, bajo demanda, en red o matricial a través de frecuencias terrestres, satelitales, cable, inalámbricas o Internet, en dispositivos fijos y móviles, sustentadas en el análisis histórico, la evolución de las instituciones de la comunicación y el entretenimiento, los conceptos y teorías de la comunicación y del marco legal, considerando las leyes de libertad de expresión y prensa así como los derechos de autor, derechos humanos, derecho a la información y derecho a disentir.
2. Realiza programas, proyectos, estrategias, planes y medios de comunicación que reconozcan y favorezcan el desarrollo del ser humano tanto en su esencia, naturaleza y devenir histórico como en su carácter de persona en continua comunicación con su entorno, asumiéndose como un agente de transformación social basado en los principios universales de la ética aplicada a la profesión promoviendo la equidad, la justicia, la belleza, la diversidad, la bondad, la solidaridad y la verdad en una sociedad global y diversa.
3. Realiza investigación científica y humanista en el campo de la comunicación -cuantitativa, cualitativa, etnográfica, semiológica, netnográfica y de análisis de contenido- generando conocimiento como vía de apropiación de la verdad en sus diferentes ámbitos y modalidades, impulsando el pensamiento crítico, creativo, activo e independiente con autocritica sobre su desempeño profesional con una actitud de perfeccionamiento continuo.
4. Desarrolla bienes y servicios de comunicación impresa, visual y digital ya sea innovando, interviniendo procesos, solucionando problemas, y/o concluyendo negociaciones existentes, en organizaciones tanto públicas, privadas o del tercer sector, a nivel directivo y de gestión, empleando habilidades avanzadas de comunicación verbal y escrita, de cálculo matemático, análisis cuantitativo y cualitativo, de uso y apropiación tecnológica, de generación, dirección y conducción de proyectos, de comercialización y mercadológicas.
5. Genera cambios cognitivos, conductuales y actitudinales en las audiencias, generando mensajes oportunos y pertinentes al entorno cultural, social, económico, filosófico, político y artístico.
6. Determina la influencia, impacto o efecto de los mensajes en las personas, familias, instituciones, sociedad y la cultura, proponiendo en respuesta a los resultados alcanzados cambios, mejoras o mantenimiento a dichos mensajes, con una actitud orientada al hombre y al beneficio de la sociedad.

Competencias profesionales

- 1p. Detecta, como resultado de la evaluación sistemática y objetiva, el uso, apropiación y consumo hipermediático por las diversas audiencias, utilizando metodologías variadas de acuerdo a los propósitos que se persiguen.
- 2p. Recolecta y analiza información confiable de tipo económica, política, cultural, social y deportiva, a través de diversos métodos e instrumentos de investigación y medida. Su actividad profesional se caracteriza por la veracidad, un análisis crítico y la oportunidad de difundir el conocimiento a las personas y mejorar la vida en sociedad.
- 3p. Difunde la información periodística obtenida mediante investigación, en artículos, ensayos, y ponencias que promuevan la libertad de prensa, expresión, acceso y derecho a la información en beneficio del hombre y la sociedad.
- 4p. Genera estrategias de programación y contenido que cubran las áreas de oportunidad y necesidades del mercado, proponiendo alternativas de productos viables acordes a las necesidades de cada estación o grupo radiofónico.
- 5p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos y productos auditivos en la conducta de la audiencia realizando análisis de contenidos, de percepción, de opinión pública y ratings.
- 6p. Redacta, diseña, dirige y produce programas radiofónicos, hablados y musicales empleando técnicas de guionismo, dramatización vocal y de doblaje que eleven el nivel de entretenimiento e información de los contenidos ofertados y la calidad de vida de los escuchas.
- 7p. Desarrolla contenidos de audio que enriquezcan la experiencia sensorial de las producciones auditivas y audiovisuales con el fin de crear ambientes que generen sensaciones, sentimientos y emociones en los escuchas.
- 8p. Genera canciones, jingles y musicalizaciones que cubran las necesidades de la industria de la producción sonora y musical y de los escuchas.
- 9p. Crea y produce propuestas sonoras originales y sustentables, adaptadas al lenguaje propio del medio, con respeto a los valores y la sensibilidad artística de sus públicos.
- 10p. Analiza el entorno laboral y evalúa el clima organizacional buscando orientar los objetivos y metas de la organización con las necesidades del entorno y el bienestar de las personas que la conforman.
- 11p. Diseña planes estratégicos de comunicación organizacional y de relaciones públicas que sean efectivos, resuelvan la problemática del entorno, favorezcan el logro de los objetivos de la organización, la productividad, la competitividad, la corresponsabilidad y la lealtad con base en una reputación coherente, con un alto sentido humano y de responsabilidad social.
- 12p. Elabora presupuestos de comunicación organizacional para mejorar la cultura laboral
- 13p. Estima la tasa de retorno de inversión de todo proyecto de comunicación interna y masiva.
- 14p. Elabora presupuestos y estima la tasa de retorno de inversión para el logro de la productividad y la competitividad.
- 15p. Construye marca soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 16p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, poniendo énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 17p. Realiza investigación de mercados y análisis de la conducta del consumidor que identifiquen nichos de oportunidad y que garanticen un retorno de inversión.
- 18p. Diseña estrategias y campañas de publicidad y mercadotecnia que respondan a las necesidades del mercado y del consumidor, garantizando en todo momento que apelen a los valores universales y sean socialmente responsables.
- 19p. Construye marcas soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 20p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, con énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 21p. Realiza críticas cinematográficas, empleando diversas técnicas y herramientas de investigación, en las que destaquen los valores estéticos y humanos de cada producción.
- 22p. Elabora guiones, lleva a cabo la logística, planeación, producción y post-producción de productos cinematográficos, de ficción, documental y animación, tanto en corto como en largometraje, con un contenido que favorezca la reflexión en el espectador, eleve su apreciación estética y realce el valor de la
- 23p. Diseña estrategias de comercialización y promoción de un producto fílmico garantizando la rentabilidad económica y social de cada proyecto.

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Publicidad y Comunicación Corporativa

AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
24p. Genera estrategias de programación y contenido para medios masivos de comunicación, respondiendo a las necesidades del mercado, de las audiencias y de la oferta mediática, promoviendo la responsabilidad ética de los medios masivos frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la										
25p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos en la conducta de las audiencias.										
26p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces en diferentes géneros desde la idea creativa hasta la post-producción.										
27p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.										
28p. Genera estrategias de programación y contenido para televisión abierta, restringida y convergente respondiendo a las necesidades del mercado y las audiencias.										
29p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos audiovisuales con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.										
30p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces con pleno conocimiento de las diversas etapas y géneros televisivos desde la idea creativa hasta la post-producción.										
31p. Promueve la responsabilidad ética de la televisión frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la familia.										
32p. Diseña y produce medios y mensajes periodísticos, informativos y de opinión tanto en formatos impresos, electrónicos y digitales como para nuevos medios, con objetividad, veracidad, bondad, belleza y compromiso, generando esperanza.										

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Publicidad y Mercadotecnia										
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos	
BLOQUE PROFESIONAL OBLIGATORIO	Clave: INV1203 Metodología de la investigación en ciencias sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 Fundamentos de investigación cuantitativa Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 Métodos de investigación cuantitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 Métodos de investigación cualitativa y etnográfica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 Métodos de análisis de contenido Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 Opinión e imagen pública Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 Habilidades de liderazgo global Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 Ética profesional Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		
	Clave: COM1204 Comunicación Creativa para las Organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 Sociología Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 Soluciones mediáticas a necesidades sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 Comunicación Visual Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 Historia del arte Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 Lingüística y retórica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 Literatura y antropología narrativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 Semiótica y estética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 Diseño y edición digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 Evolución del pensamiento de la comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 Psicología social y persuasión Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 Mercadotecnia integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 Iluminación en medios Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 Comunicación Integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 Estrategias publicitarias y de construcción de marcas Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 Dirección de arte de la información Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2					
	Clave: FOT1202	Clave: PER2207	Clave: TEL2202	Clave: TEL2201						

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
 TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Publicidad y Mercadotecnia								
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
	Fotografía e imagen digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Creatividad e innovación periodística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Producción televisiva digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	Post-producción digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2				
		Clave: RAD2206 Producción e innovación radiofónica y auditiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222 Producción de recursos hipermediáticos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218 Lenguaje cinematográfico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6				
				Clave: PSI2288 Psicología cognoscitiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5				

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Publicidad y Mercadotecnia										
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu pre-especialidad)					Clave: MER2265 Sistemas de información de mercadotecnia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 9, 3p, 16p, 18p	Clave: MER2260 Estrategias de comunicación integral de 360° para productos y servicios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 10, 16p	Clave: MER2257 Dirección de integración e inversión de medios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 15p,	Clave: PUB2202 Dirección y producción de campañas integrales de publicidad Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 10, 11, 16p,		
					Clave: MER2256 Comportamiento y tendencias del consumidor Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 17p	Clave: DER3262 Globalización y legislación de la publicidad y la mercadotecnia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8	Clave: MER2258 Dirección estratégica de comunicación integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 10, 11, 20p	Clave: MER2261 Estrategias de mercadotecnia política y social Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 10, 16p		78
						Clave:INT3246 Practicum 1: Laboratorio de Pensamiento creativo y estratégico publicitario Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2252/ MER1202 / MER2256 Competencia: 9, 19p,	Clave: INT3256 Practicum 2: Laboratorio de dirección de publicidad y mercadotecnia I Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3246 / MER2260 / MER2259 Competencia: 8, 18p	Clave:INT3265 Practicum 3: Laboratorio de dirección en publicidad y mercadotecnia II Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3256/ MER2257 / MER2258 Competencia: 8		
						Clave: MER2259 Estrategias de comercialización y ventas Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 17p	Clave: MER2264 Publicidad, mercadotecnia y comercio electrónico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2259 Competencia: 7, 13, 10p, 17p			
	Clave: HUM1201	Clave: HUM2204	Clave: HUM2201	Clave: HUM2202	Clave: HUM2203	Clave: HUM2205		Clave: FIL2202		

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
 TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Publicidad y Mercadotecnia									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
HUMANIDADES Debes cursar las materias HUM1201 y COM1202 en el primer semestre, las demás materias del bloque las puedes cursar cuando tú quieras, observando la seriación de las mismas.	Introducción a los estudios universitarios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1 Clave: COM1201	Historia del pensamiento Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Antropología fundamental Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Ética y bioética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	Historia de occidente Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	Persona y trascendencia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1		Responsabilidad social Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	48
	Habilidades de comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1								

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Publicidad y Mercadotecnia										
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Creditos
ESTUDIOS GENERALES Puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos	Electiva I Competencia Anáhuac: 2	Electiva II Competencia Anáhuac: 2	Electiva III Competencia Anáhuac: 2	Electiva IV Competencia Anáhuac: 2	Electiva V Competencia Anáhuac: 2				15
Créditos	45	42	48	54	48	48	30	30		345
Materias	8	9	9	9	9	9	6	5		64
Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)										360

Competencias Anáhuac

1. Reconoce y opta por la verdad como característica de una razón abierta a la realidad y a la verdad del hombre en todas las dimensiones: cuerpo – alma, inteligencia, voluntad, afectividad, intersubjetividad, historicidad, libertad, responsabilidad, conciencia, moralidad y apertura a la trascendencia.
2. Establece relaciones interpersonales que favorecen el trabajo en equipo y el desarrollo de su liderazgo, de una forma empática y respetuosa en diferentes ambientes sociales y culturales, comprometiéndose en el desarrollo social sustentable y eficiente de su entorno.
3. Elabora y transmite mensajes escritos y orales de forma correcta, estructurada, clara y eficaz tanto en la lengua materna como en lengua extranjera, respetando los aspectos culturales asociados a ellas.

Competencias electivas de área profesional

1. Establece mediaciones, remediaciones e hipermediaciones a distintos niveles y en forma compleja: intrapersonal, interpersonal, grupal, macrosocial, panregional y global, ya sea en procesos lineales, simultáneos, interactivos, bajo demanda, en red o matricial a través de frecuencias terrestres, satelitales, cable, inalámbricas o Internet, en dispositivos fijos y móviles, sustentadas en el análisis histórico, la evolución de las instituciones de la comunicación y el entretenimiento, los conceptos y teorías de la comunicación y del marco legal, considerando las leyes de libertad de expresión y prensa así como los derechos de autor, derechos humanos, derecho a la información y derecho a disenterir.
2. Realiza programas, proyectos, estrategias, planes y medios de comunicación que reconozcan y favorezcan el desarrollo del ser humano tanto en su esencia, naturaleza y devenir histórico como en su carácter de persona en continua comunicación con su entorno, asumiéndose como un agente de transformación social basado en los principios universales de la ética aplicada a la profesión promoviendo la equidad, la justicia, la belleza, la diversidad, la bondad, la solidaridad y la verdad en una sociedad global y diversa.
3. Realiza investigación científica y humanista en el campo de la comunicación -cuantitativa, cualitativa, etnográfica, semiológica, netnográfica y de análisis de contenido- generando conocimiento como vía de apropiación de la verdad en sus diferentes ámbitos y modalidades, impulsando el pensamiento crítico, creativo, activo e independiente con autocritica sobre su desempeño profesional con una actitud de perfeccionamiento continuo.
4. Desarrolla bienes y servicios de comunicación impresa, visual y digital ya sea innovando, interviniendo procesos, solucionando problemas, y/o concluyendo negociaciones existentes, en organizaciones tanto públicas, privadas o del tercer sector, a nivel directivo y de gestión, empleando habilidades avanzadas de comunicación verbal y escrita, de cálculo matemático, análisis cuantitativo y cualitativo, de uso y apropiación tecnológica, de generación, dirección y conducción de proyectos, de comercialización y mercadológicas.
5. Genera cambios cognitivos, conductuales y actitudinales en las audiencias, generando mensajes oportunos y pertinentes al entorno cultural, social, económico, filosófico, político y artístico.
6. Determina la influencia, impacto o efecto de los mensajes en las personas, familias, instituciones, sociedad y la cultura, proponiendo en respuesta a los resultados alcanzados cambios, mejoras o mantenimiento a dichos mensajes, con una actitud orientada al hombre y al beneficio de la sociedad.

Competencias profesionales

- 1p. Detecta, como resultado de la evaluación sistemática y objetiva, el uso, apropiación y consumo hipermediático por las diversas audiencias, utilizando metodologías variadas de acuerdo a los propósitos que se persiguen.
- 2p. Recolecta y analiza información confiable de tipo económica, política, cultural, social y deportiva, a través de diversos métodos e instrumentos de investigación y medida. Su actividad profesional se caracteriza por la veracidad, un análisis crítico y la oportunidad de difundir el conocimiento a las personas y mejorar la vida en sociedad.
- 3p. Difunde la información periodística obtenida mediante investigación, en artículos, ensayos, y ponencias que promuevan la libertad de prensa, expresión, acceso y derecho a la información en beneficio del hombre y la sociedad.
- 4p. Genera estrategias de programación y contenido que cubran las áreas de oportunidad y necesidades del mercado, proponiendo alternativas de productos viables acordes a las necesidades de cada estación o grupo radiofónico.
- 5p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos y productos auditivos en la conducta de la audiencia realizando análisis de contenidos, de percepción, de opinión pública y ratings.
- 6p. Redacta, diseña, dirige y produce programas radiofónicos, hablados y musicales empleando técnicas de guionismo, dramatización vocal y de doblaje que eleven el nivel de entretenimiento e información de los contenidos ofertados y la calidad de vida de los escuchas.
- 7p. Desarrolla contenidos de audio que enriquezcan la experiencia sensorial de las producciones auditivas y audiovisuales con el fin de crear ambientes que generen sensaciones, sentimientos y emociones en los escuchas.
- 8p. Genera canciones, jingles y musicalizaciones que cubran las necesidades de la industria de la producción sonora y musical y de los escuchas.
- 9p. Crea y produce propuestas sonoras originales y sustentables, adaptadas al lenguaje propio del medio, con respeto a los valores y la sensibilidad artística de sus públicos.
- 10p. Analiza el entorno laboral y evalúa el clima organizacional buscando orientar los objetivos y metas de la organización con las necesidades del entorno y el bienestar de las personas que la conforman.
- 11p. Diseña planes estratégicos de comunicación organizacional y de relaciones públicas que sean efectivos, resuelvan la problemática del entorno, favorezcan el logro de los objetivos de la organización, la productividad, la competitividad, la corresponsabilidad y la lealtad con base en una reputación coherente, con un alto sentido humano y de responsabilidad social.
- 12p. Elabora presupuestos de comunicación organizacional para mejorar la cultural laboral
- 13p. Estima la tasa de retorno de inversión de todo proyecto de comunicación interna y masiva.
- 14p. Elabora presupuestos y estima la tasa de retorno de inversión para el logro de la productividad y la competitividad.
- 15p. Construye marca soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 16p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, poniendo énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 17p. Realiza investigación de mercados y análisis de la conducta del consumidor que identifiquen nichos de oportunidad y que garanticen un retorno de inversión.
- 18p. Diseña estrategias y campañas de publicidad y mercadotecnia que respondan a las necesidades del mercado y del consumidor, garantizando en todo momento que apelen a los valores universales y sean socialmente responsables.
- 19p. Construye marcas soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 20p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, con énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 21p. Realiza críticas cinematográficas, empleando diversas técnicas y herramientas de investigación, en las que destaquen los valores estéticos y humanos de cada producción.
- 22p. Elabora guiones, lleva a cabo la logística, planeación, producción y post-producción de productos cinematográficos, de ficción, documental y animación, tanto en corto como en largometraje, con un contenido que favorezca la reflexión en el espectador, eleve su apreciación estética y realce el valor de la obra.
- 23p. Diseña estrategias de comercialización y promoción de un producto fílmico garantizando la rentabilidad económica y social de cada proyecto.
- 24p. Genera estrategias de programación y contenido para medios masivos de comunicación, respondiendo a las necesidades del mercado, de las audiencias y de la oferta mediática, promoviendo la responsabilidad ética de los medios masivos frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la
- 25p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos en la conducta de las audiencias.

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
 TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección en Publicidad y Mercadotecnia

AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos

26p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces en diferentes géneros desde la idea creativa hasta la post-producción.
 27p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.
 28p. Genera estrategias de programación y contenido para televisión abierta, restringida y convergente respondiendo a las necesidades del mercado y las audiencias.
 29p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos audiovisuales con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.
 30p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces con pleno conocimiento de las diversas etapas y géneros televisivos desde la idea creativa hasta la post-producción.
 31p. Promueve la responsabilidad ética de la televisión frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la familia.
 32p. Diseña y produce medios y mensajes periodísticos, informativos y de opinión tanto en formatos impresos, electrónicos y digitales como para nuevos medios, con objetividad, veracidad, bondad, belleza y compromiso, generando esperanza.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción Cinematográfica										
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos	
BLOQUE PROFESIONAL OBLIGATORIO	Clave: INV1203 Metodología de la investigación en ciencias sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 Fundamentos de investigación cuantitativa Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 Métodos de investigación cuantitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 Métodos de investigación cualitativa y etnográfica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 Métodos de análisis de contenido Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 Opinión e imagen pública Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 Habilidades de liderazgo global Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 Ética profesional Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		219
	Clave: COM1204 Comunicación Creativa para las Organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 Sociología Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 Soluciones mediáticas a necesidades sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 Comunicación Visual Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 Historia del arte Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 Lingüística y retórica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 Literatura y antropología narrativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 Semiótica y estética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 Diseño y edición digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 Evolución del pensamiento de la comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 Psicología social y persuasión Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 Mercadotecnia integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 Iluminación en medios Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 Comunicación Integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 Estrategias publicitarias y de construcción de marcas Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 Dirección de arte de la información Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2					

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción Cinematográfica								
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
	Clave: FOT1202 Fotografía e imagen digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: PER2207 Creatividad e innovación periodística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: TEL2202 Producción televisiva digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	Clave: TEL2201 Post-producción digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2				
		Clave: RAD2206 Producción e innovación radiofónica y auditiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222 Producción de recursos hipermediáticos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218 Lenguaje cinematográfico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6				
				Clave: PSI2288 Psicología cognoscitiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5				

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción Cinematográfica										
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu pre-especialidad)					Clave: COM2217 Apreciación cinematográfica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 21p	Clave: COM2228 Cinematografía Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: COM2230 Competencia: 22p	Clave: MER2254 Comercialización de un proyecto fílmico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 23p	Clave: COM2232 Producción de cortometraje Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 22p		78
					Clave: COM2230 Guionismo cinematográfico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8, 22p	Clave: TEL2205 Dirección escénica y actuación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: COM2217 Competencia: 22p, 24p	Clave: RAD2207 Diseño de bandas sonoras Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 22p	Clave: COM2231 Post-Producción Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 22p		
						Clave: INT3248 Practicum 1: Producción ejecutiva de proyectos fílmicos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2218 / COM2230 Competencia: 9, 23p	Clave: INT3274 Practicum 2: Laboratorio de dirección de cine Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3248 / COM2229 Competencia: 22p,	Clave: INT3266 Practicum 3: Laboratorio de dirección y producción cinematográfica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3274 / MER2254 / RAD2207 Competencia: 22p		
						Clave: COM2229 Dirección de arte Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: COM2230 Competencia: 7, 8, 22p,	Clave: COM2227 Cine mexicano Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 21p			
HUMANIDADES	Clave: HUM1201 Introducción a los estudios universitarios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2204 Historia del pensamiento Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2201 Antropología fundamental Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2202 Ética y bioética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2203 Historia de occidente Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2205 Persona y trascendencia Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1		Clave: FIL2202 Responsabilidad social Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1		48
Debes cursar las materias HUM1201 y COM1202 en el primer semestre, las demás materias del bloque las puedes cursar cuando tú quieras, observando la seriación de las mismas.	Clave: COM1201 Habilidades de comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1									

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción Cinematográfica										
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
ESTUDIOS GENERALES Puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos	Electiva I	Electiva II		Electiva III	Electiva IV	Electiva V			15
		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2			
Créditos	45	42	48	54	48	48	30	30		345
Materias	8	9	9	9	9	9	6	5		64
Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)										360

Competencias Anáhuac

1. Reconoce y opta por la verdad como característica de una razón abierta a la realidad y a la verdad del hombre en todas las dimensiones: cuerpo – alma, inteligencia, voluntad, afectividad, intersubjetividad, historicidad, libertad, responsabilidad, conciencia, moralidad y apertura a la trascendencia.
2. Establece relaciones interpersonales que favorecen el trabajo en equipo y el desarrollo de su liderazgo, de una forma empática y respetuosa en diferentes ambientes sociales y culturales, comprometiéndose en el desarrollo social sustentable y eficiente de su entorno.
3. Elabora y transmite mensajes escritos y orales de forma correcta, estructurada, clara y eficaz tanto en la lengua materna como en lengua extranjera, respetando los aspectos culturales asociados a ellas.

Competencias electivas de área profesional

1. Establece mediaciones, remediaciones e hipermediaciones a distintos niveles y en forma compleja: intrapersonal, interpersonal, grupal, macrosocial, panregional y global, ya sea en procesos lineales, simultáneos, interactivos, bajo demanda, en red o matricial a través de frecuencias terrestres, satelitales, cable, inalámbricas o Internet, en dispositivos fijos y móviles, sustentadas en el análisis histórico, la evolución de las instituciones de la comunicación y el entretenimiento, los conceptos y teorías de la comunicación y del marco legal, considerando las leyes de libertad de expresión y prensa así como los derechos de autor, derechos humanos, derecho a la información y derecho a disentir.
2. Realiza programas, proyectos, estrategias, planes y medios de comunicación que reconozcan y favorezcan el desarrollo del ser humano tanto en su esencia, naturaleza y devenir histórico como en su carácter de persona en continua comunicación con su entorno, asumiéndose como un agente de transformación social basado en los principios universales de la ética aplicada a la profesión promoviendo la equidad, la justicia, la belleza, la diversidad, la bondad, la solidaridad y la verdad en una sociedad global y diversa.
3. Realiza investigación científica y humanista en el campo de la comunicación -cuantitativa, cualitativa, etnográfica, semiológica, netnográfica y de análisis de contenido- generando conocimiento como vía de apropiación de la verdad en sus diferentes ámbitos y modalidades, impulsando el pensamiento crítico, creativo, activo e independiente con autocritica sobre su desempeño profesional con una actitud de perfeccionamiento continuo.
4. Desarrolla bienes y servicios de comunicación impresa, visual y digital ya sea innovando, interviniendo procesos, solucionando problemas, y/o concluyendo negociaciones existentes, en organizaciones tanto públicas, privadas o del tercer sector, a nivel directivo y de gestión, empleando habilidades avanzadas de comunicación verbal y escrita, de cálculo matemático, análisis cuantitativo y cualitativo, de uso y apropiación tecnológica, de generación, dirección y conducción de proyectos, de comercialización y mercadológicas.
5. Genera cambios cognitivos, conductuales y actitudinales en las audiencias, generando mensajes oportunos y pertinentes al entorno cultural, social, económico, filosófico, político y artístico.
6. Determina la influencia, impacto o efecto de los mensajes en las personas, familias, instituciones, sociedad y la cultura, proponiendo en respuesta a los resultados alcanzados cambios, mejoras o mantenimiento a dichos mensajes, con una actitud orientada al hombre y al beneficio de la sociedad.

Competencias profesionales

- 1p. Detecta, como resultado de la evaluación sistemática y objetiva, el uso, apropiación y consumo hipermediático por las diversas audiencias, utilizando metodologías variadas de acuerdo a los propósitos que se persiguen.
- 2p. Recolecta y analiza información confiable de tipo económica, política, cultural, social y deportiva, a través de diversos métodos e instrumentos de investigación y medida. Su actividad profesional se caracteriza por la veracidad, un análisis crítico y la oportunidad de difundir el conocimiento a las personas y mejorar la vida en sociedad.
- 3p. Difunde la información periodística obtenida mediante investigación, en artículos, ensayos, y ponencias que promuevan la libertad de prensa, expresión, acceso y derecho a la información en beneficio del hombre y la sociedad.
- 4p. Genera estrategias de programación y contenido que cubran las áreas de oportunidad y necesidades del mercado, proponiendo alternativas de productos viables acordes a las necesidades de cada estación o grupo radiofónico.
- 5p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos y productos auditivos en la conducta de la audiencia realizando análisis de contenidos, de percepción, de opinión pública y ratings.
- 6p. Redacta, diseña, dirige y produce programas radiofónicos, hablados y musicales empleando técnicas de guionismo, dramatización vocal y de doblaje que eleven el nivel de entretenimiento e información de los contenidos ofertados y la calidad de vida de los escuchas.
- 7p. Desarrolla contenidos de audio que enriquezcan la experiencia sensorial de las producciones auditivas y audiovisuales con el fin de crear ambientes que generen sensaciones, sentimientos y emociones en los escuchas.
- 8p. Genera canciones, jingles y musicalizaciones que cubran las necesidades de la industria de la producción sonora y musical y de los escuchas.
- 9p. Crea y produce propuestas sonoras originales y sustentables, adaptadas al lenguaje propio del medio, con respeto a los valores y la sensibilidad artística de sus públicos.
- 10p. Analiza el entorno laboral y evalúa el clima organizacional buscando orientar los objetivos y metas de la organización con las necesidades del entorno y el bienestar de las personas que la conforman.
- 11p. Diseña planes estratégicos de comunicación organizacional y de relaciones públicas que sean efectivos, resuelvan la problemática del entorno, favorezcan el logro de los objetivos de la organización, la productividad, la competitividad, la corresponsabilidad y la lealtad con base en una reputación coherente, con un alto sentido humano y de responsabilidad social.
- 12p. Elabora presupuestos de comunicación organizacional para mejorar la cultura laboral
- 13p. Estima la tasa de retorno de inversión de todo proyecto de comunicación interna y masiva.
- 14p. Elabora presupuestos y estima la tasa de retorno de inversión para el logro de la productividad y la competitividad.
- 15p. Construye marca soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 16p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, poniendo énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 17p. Realiza investigación de mercados y análisis de la conducta del consumidor que identifiquen nichos de oportunidad y que garanticen un retorno de inversión.
- 18p. Diseña estrategias y campañas de publicidad y mercadotecnia que respondan a las necesidades del mercado y del consumidor, garantizando en todo momento que apelen a los valores universales y sean socialmente responsables.
- 19p. Construye marcas soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 20p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, con énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 21p. Realiza críticas cinematográficas, empleando diversas técnicas y herramientas de investigación, en las que destaquen los valores estéticos y humanos de cada producción.
- 22p. Elabora guiones, lleva a cabo la logística, planeación, producción y post-producción de productos cinematográficos, de ficción, documental y animación, tanto en corto como en largometraje, con un contenido que favorezca la reflexión en el espectador, eleve su apreciación estética y realce el valor de la obra.
- 23p. Diseña estrategias de comercialización y promoción de un producto fílmico garantizando la rentabilidad económica y social de cada proyecto.
- 24p. Genera estrategias de programación y contenido para medios masivos de comunicación, respondiendo a las necesidades del mercado, de las audiencias y de la oferta mediática, promoviendo la responsabilidad ética de los medios masivos frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
 TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción Cinematográfica										
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos

- 25p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos en la conducta de las audiencias.
- 26p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces en diferentes géneros desde la idea creativa hasta la post-producción.
- 27p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.
- 28p. Genera estrategias de programación y contenido para televisión abierta, restringida y convergente respondiendo a las necesidades del mercado y las audiencias.
- 29p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos audiovisuales con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.
- 30p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces con pleno conocimiento de las diversas etapas y géneros televisivos desde la idea creativa hasta la post-producción.
- 31p. Promueve la responsabilidad ética de la televisión frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la familia.
- 32p. Diseña y produce medios y mensajes periodísticos, informativos y de opinión tanto en formatos impresos, electrónicos y digitales como para nuevos medios, con objetividad, veracidad, bondad, belleza y compromiso, generando esperanza.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción de Medios										
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	Créditos	
BLOQUE PROFESIONAL OBLIGATORIO	Clave: INV1203 Metodología de la investigación en ciencias sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 Fundamentos de investigación cuantitativa Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 Métodos de investigación cuantitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 Métodos de investigación cualitativa y etnográfica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 Métodos de análisis de contenido Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 Opinión e imagen pública Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 Habilidades de liderazgo global Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 Ética profesional Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		219
	Clave: COM1204 Comunicación Creativa para las Organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 Sociología Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 Soluciones mediáticas a necesidades sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 Comunicación Visual Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 Historia del arte Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 Lingüística y retórica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 Literatura y antropología narrativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 Semiótica y estética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 Diseño y edición digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 Evolución del pensamiento de la comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 Psicología social y persuasión Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 Mercadotecnia integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 Iluminación en medios Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 Comunicación Integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 Estrategias publicitarias y de construcción de marcas Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 Dirección de arte de la información Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2					
	Clave: FOT1202	Clave: PER2207	Clave: TEL2202	Clave: TEL2201						

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción de Medios									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
	Fotografía e imagen digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Creatividad e innovación periodística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Producción televisiva digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	Post-producción digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2					
		Clave: RAD2206 Producción e innovación radiofónica y auditiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222 Producción de recursos hipermediáticos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218 Lenguaje cinematográfico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6					
				Clave: PSI2288 Psicología cognoscitiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5					

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción de Medios											
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos	
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu pre-especialidad)					Clave: PER2208 Creatividad e innovación editorial Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 3, 33 y 39	Clave: PER2210 Innovación y estructura periodística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 3, 33 y 39	Clave: RAD2208 Diseño, producción y grabación de audio y espacios sonoros Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3, 4, 5, 6, 14, 15, 16 y 22	Clave: TEL2210 Producción de televisión avanzada digital en vivo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 1, 31, 35 y 37		78	
					Clave: TEL2204 Apreciación y análisis televisivo y cinematográfico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2 y 32	Clave: TEL2207 Guionismo televisivo y cinematográfico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3 y 33	Clave: DER3263 Globalización y legislación de los medios digitales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8 y 31	Clave: ADM2293 Alta dirección, planeación estratégica y comercialización de nuevos medios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: INT3249 Competencia: 6 y 34			
							Clave: INT3249 Practicum 1: Taller de locución y técnica de la voz Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: RAD2206 Competencia: 3 y 33	Clave: INT3250 Practicum 2: Diseño de nuevos medios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 / TCOM2222 Competencia: 1 y 31	Clave: INT3260 Practicum 3: Laboratorio de dirección de empresas de nuevos medios Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3250 Competencia: 6		
							Clave: FOT2205 Fotografía avanzada Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 3 y 33	Clave: TCOM2230 Animación digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3 y 33			
HUMANIDADES	Clave: HUM1201 Introducción a los estudios universitarios	Clave: HUM2204 Historia del pensamiento	Clave: HUM2201 Antropología fundamental	Clave: HUM2202 Ética y bioética	Clave: HUM2203 Historia de occidente	Clave: HUM2205 Persona y trascendencia		Clave: FIL2202 Responsabilidad social		PRESPO8	

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción de Medios								
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE
	Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1		Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1
Debes cursar las materias HUM1201 y COM1202 en el primer semestre, las demás materias del bloque las puedes cursar cuando tú quieras, observando la seriación de las mismas.	Clave: COM1201 Habilidades de comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1							
								48

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción de Medios									
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
ESTUDIOS GENERALES Puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos	Electiva I	Electiva II		Electiva III	Electiva IV	Electiva V		15
		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2	
Créditos	45	42	48	54	48	48	30	30	345
Materias	8	9	9	9	9	9	6	5	64
Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)									360

Competencias Anáhuac

1. Reconoce y opta por la verdad como característica de una razón abierta a la realidad y a la verdad del hombre en todas las dimensiones: cuerpo – alma, inteligencia, voluntad, afectividad, intersubjetividad, historicidad, libertad, responsabilidad, conciencia, moralidad y apertura a la trascendencia.
2. Establece relaciones interpersonales que favorecen el trabajo en equipo y el desarrollo de su liderazgo, de una forma empática y respetuosa en diferentes ambientes sociales y culturales, comprometiéndose en el desarrollo social sustentable y eficiente de su entorno.
3. Elabora y transmite mensajes escritos y orales de forma correcta, estructurada, clara y eficaz tanto en la lengua materna como en lengua extranjera, respetando los aspectos culturales asociados a ellas.

Competencias electivas de área profesional

1. Establece mediaciones, remediaciones e hipermediaciones a distintos niveles y en forma compleja: intrapersonal, interpersonal, grupal, macrosocial, panregional y global, ya sea en procesos lineales, simultáneos, interactivos, bajo demanda, en red o matricial a través de frecuencias terrestres, satelitales, cable, inalámbricas o Internet, en dispositivos fijos y móviles, sustentadas en el análisis histórico, la evolución de las instituciones de la comunicación y el entretenimiento, los conceptos y teorías de la comunicación y del marco legal, considerando las leyes de libertad de expresión y prensa así como los derechos de autor, derechos humanos, derecho a la información y derecho a disenter.
2. Realiza programas, proyectos, estrategias, planes y medios de comunicación que reconozcan y favorezcan el desarrollo del ser humano tanto en su esencia, naturaleza y devenir histórico como en su carácter de persona en continua comunicación con su entorno, asumiéndose como un agente de transformación social basado en los principios universales de la ética aplicada a la profesión promoviendo la equidad, la justicia, la belleza, la diversidad, la bondad, la solidaridad y la verdad en una sociedad global y diversa.
3. Realiza investigación científica y humanista en el campo de la comunicación -cuantitativa, cualitativa, etnográfica, semiológica, netnográfica y de análisis de contenido- generando conocimiento como vía de apropiación de la verdad en sus diferentes ámbitos y modalidades, impulsando el pensamiento crítico, creativo, activo e independiente con autocritica sobre su desempeño profesional con una actitud de perfeccionamiento continuo.
4. Desarrolla bienes y servicios de comunicación impresa, visual y digital ya sea innovando, interviniendo procesos, solucionando problemas, y/o concluyendo negociaciones existentes, en organizaciones tanto públicas, privadas o del tercer sector, a nivel directivo y de gestión, empleando habilidades avanzadas de comunicación verbal y escrita, de cálculo matemático, análisis cuantitativo y cualitativo, de uso y apropiación tecnológica, de generación, dirección y conducción de proyectos, de comercialización y mercadológicas.
5. Genera cambios cognitivos, conductuales y actitudinales en las audiencias, generando mensajes oportunos y pertinentes al entorno cultural, social, económico, filosófico, político y artístico.
6. Determina la influencia, impacto o efecto de los mensajes en las personas, familias, instituciones, sociedad y la cultura, proponiendo en respuesta a los resultados alcanzados cambios, mejoras o mantenimiento a dichos mensajes, con una actitud orientada al hombre y al beneficio de la sociedad.

Competencias profesionales

- 1p. Detecta, como resultado de la evaluación sistemática y objetiva, el uso, apropiación y consumo hipermediático por las diversas audiencias, utilizando metodologías variadas de acuerdo a los propósitos que se persiguen.
- 2p. Recolecta y analiza información confiable de tipo económica, política, cultural, social y deportiva, a través de diversos métodos e instrumentos de investigación y medida. Su actividad profesional se caracteriza por la veracidad, un análisis crítico y la oportunidad de difundir el conocimiento a las personas y mejorar la vida en sociedad.
- 3p. Difunde la información periodística obtenida mediante investigación, en artículos, ensayos, y ponencias que promuevan la libertad de prensa, expresión, acceso y derecho a la información en beneficio del hombre y la sociedad.
- 4p. Genera estrategias de programación y contenido que cubran las áreas de oportunidad y necesidades del mercado, proponiendo alternativas de productos viables acordes a las necesidades de cada estación o grupo radiofónico.
- 5p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos y productos auditivos en la conducta de la audiencia realizando análisis de contenidos, de percepción, de opinión pública y ratings.
- 6p. Redacta, diseña, dirige y produce programas radiofónicos, hablados y musicales empleando técnicas de guionismo, dramatización vocal y de doblaje que eleven el nivel de entretenimiento e información de los contenidos ofertados y la calidad de vida de los escuchas.
- 7p. Desarrolla contenidos de audio que enriquezcan la experiencia sensorial de las producciones auditivas y audiovisuales con el fin de crear ambientes que generen sensaciones, sentimientos y emociones en los escuchas.
- 8p. Genera canciones, jingles y musicalizaciones que cubran las necesidades de la industria de la producción sonora y musical y de los escuchas.
- 9p. Crea y produce propuestas sonoras originales y sustentables, adaptadas al lenguaje propio del medio, con respeto a los valores y la sensibilidad artística de sus públicos.
- 10p. Analiza el entorno laboral y evalúa el clima organizacional buscando orientar los objetivos y metas de la organización con las necesidades del entorno y el bienestar de las personas que la conforman.
- 11p. Diseña planes estratégicos de comunicación organizacional y de relaciones públicas que sean efectivos, resuelvan la problemática del entorno, favorezcan el logro de los objetivos de la organización, la productividad, la competitividad, la corresponsabilidad y la lealtad con base en una reputación coherente, con un alto sentido humano y de responsabilidad social.
- 12p. Elabora presupuestos de comunicación organizacional para mejorar la cultural laboral
- 13p. Estima la tasa de retorno de inversión de todo proyecto de comunicación interna y masiva.
- 14p. Elabora presupuestos y estima la tasa de retorno de inversión para el logro de la productividad y la competitividad.
- 15p. Construye marca soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 16p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, poniendo énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 17p. Realiza investigación de mercados y análisis de la conducta del consumidor que identifiquen nichos de oportunidad y que garanticen un retorno de inversión.
- 18p. Diseña estrategias y campañas de publicidad y mercadotecnia que respondan a las necesidades del mercado y del consumidor, garantizando en todo momento que apelen a los valores universales y sean socialmente responsables.
- 19p. Construye marcas soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 20p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, con énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 21p. Realiza críticas cinematográficas, empleando diversas técnicas y herramientas de investigación, en las que destaquen los valores estéticos y humanos de cada producción.
- 22p. Elabora guiones, lleva a cabo la logística, planeación, producción y post-producción de productos cinematográficos, de ficción, documental y animación, tanto en corto como en largometraje, con un contenido que favorezca la reflexión en el espectador, eleve su apreciación estética y realce el valor de la obra.
- 23p. Diseña estrategias de comercialización y promoción de un producto fílmico garantizando la rentabilidad económica y social de cada proyecto.
- 24p. Genera estrategias de programación y contenido para medios masivos de comunicación, respondiendo a las necesidades del mercado, de las audiencias y de la oferta mediática, promoviendo la responsabilidad ética de los medios masivos frente a la defensa de la dignidad de la persona humana.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción Televisiva									Créditos	
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8		
BLOQUE PROFESIONAL OBLIGATORIO	Clave: INV1203 Metodología de la investigación en ciencias sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 Fundamentos de investigación cuantitativa Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 Métodos de investigación cuantitativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 Métodos de investigación cualitativa y etnográfica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 Métodos de análisis de contenido Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 Opinión e imagen pública Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 Habilidades de liderazgo global Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 Ética profesional Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		
	Clave: COM1204 Comunicación Creativa para las Organizaciones Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 Sociología Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 Soluciones mediáticas a necesidades sociales Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 Comunicación Visual Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 Historia del arte Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 Lingüística y retórica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 Literatura y antropología narrativa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 Semiótica y estética Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 Diseño y edición digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 Evolución del pensamiento de la comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 Psicología social y persuasión Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 Mercadotecnia integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 Iluminación en medios Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 Comunicación Integral Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 Estrategias publicitarias y de construcción de marcas Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 Dirección de arte de la información Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2					
	Clave: FOT1202	Clave: PER2207	Clave: TEL2202	Clave: TEL2201						

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
 TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción Televisiva									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
	Fotografía e imagen digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Creatividad e innovación periodística Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Producción televisiva digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	Post-producción digital Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2					
		Clave: RAD2206 Producción e innovación radiofónica y auditiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222 Producción de recursos hipermediáticos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218 Lenguaje cinematográfico Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6					
				Clave: PSI2288 Psicología cognoscitiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5					

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción Televisiva									
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu pre-especialidad)					Clave: TEL2209 Industria, Lenguaje y géneros televisivos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 30p	Clave: TEL2208 Iluminación en Estudio y Locación para televisión en Alta definición Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 30p	Clave: TEL2203 Apreciación y análisis televisivo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8, 25p	Clave: ADM2295 Dirección ejecutiva de una empresa de televisión Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 11, 28p, 29p, 31p	78
					Clave: TEL2206 Guionismo Televisivo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 26p	Clave: TEL2205 Dirección escénica y actuación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: TEL2206 Competencia: 22p, 24p	Clave: MER2255 Comercialización y mercadeo de productos televisivos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 10, 27p	Clave: DER3266 Globalización y legislación televisiva Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 28p, 31p	
						Clave: INT3242 Practicum 1: Diseño de proyectos televisivos Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2201 / TEL2202 / TEL2206 Competencia: 9, 30p	Clave: INT3257 Practicum 2: Laboratorio de dirección y producción televisiva I Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3242 / TEL2205 / COM2229 Competencia: 7, 28p,	Clave: INT3289 Practicum 3: Laboratorio de dirección y producción televisiva II Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3257 / MER2255 / TEL2210 Competencia: 7, 28p	
							Clave: COM2229 Dirección de arte Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: TEL2206 Competencia: 7, 8, 22p, 28p	Clave: TEL2210 Producción de televisión avanzada digital en vivo Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 7, 24p, 28p, 30p	
HUMANIDADES	Clave: HUM1201 Introducción a los estudios universitarios	Clave: HUM2204 Historia del pensamiento	Clave: HUM2201 Antropología fundamental	Clave: HUM2202 Ética y bioética	Clave: HUM2203 Historia de occidente	Clave: HUM2205 Persona y trascendencia		Clave: FIL2202 Responsabilidad social	PRESPO9

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción Televisiva								
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE
	Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1		Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1
Debes cursar las materias HUM1201 y COM1202 en el primer semestre, las demás materias del bloque las puedes cursar cuando tú quieras, observando la seriación de las mismas.	Clave: COM1201 Habilidades de comunicación Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1							
								48

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción Televisiva									
ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE
ESTUDIOS GENERALES Puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos	Electiva I	Electiva II		Electiva III	Electiva IV	Electiva V		
		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2		Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2	Competencia Anáhuac: 2		
Créditos	45	42	48	54	48	48	30	30	345
Materias	8	9	9	9	9	9	6	5	64
Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)									360

Competencias Anáhuac

1. Reconoce y opta por la verdad como característica de una razón abierta a la realidad y a la verdad del hombre en todas las dimensiones: cuerpo – alma, inteligencia, voluntad, afectividad, intersubjetividad, historicidad, libertad, responsabilidad, conciencia, moralidad y apertura a la trascendencia.
2. Establece relaciones interpersonales que favorecen el trabajo en equipo y el desarrollo de su liderazgo, de una forma empática y respetuosa en diferentes ambientes sociales y culturales, comprometiéndose en el desarrollo social sustentable y eficiente de su entorno.
3. Elabora y transmite mensajes escritos y orales de forma correcta, estructurada, clara y eficaz tanto en la lengua materna como en lengua extranjera, respetando los aspectos culturales asociados a ellas.

Competencias electivas de área profesional

1. Establece mediaciones, remediaciones e hipermediaciones a distintos niveles y en forma compleja: intrapersonal, interpersonal, grupal, macrosocial, panregional y global, ya sea en procesos lineales, simultáneos, interactivos, bajo demanda, en red o matricial a través de frecuencias terrestres, satelitales, cable, inalámbricas o Internet, en dispositivos fijos y móviles, sustentadas en el análisis histórico, la evolución de las instituciones de la comunicación y el entretenimiento, los conceptos y teorías de la comunicación y del marco legal, considerando las leyes de libertad de expresión y prensa así como los derechos de autor, derechos humanos, derecho a la información y derecho a disentir.
2. Realiza programas, proyectos, estrategias, planes y medios de comunicación que reconozcan y favorezcan el desarrollo del ser humano tanto en su esencia, naturaleza y devenir histórico como en su carácter de persona en continua comunicación con su entorno, asumiéndose como un agente de transformación social basado en los principios universales de la ética aplicada a la profesión promoviendo la equidad, la justicia, la diversidad, la bondad, la solidaridad y la verdad en una sociedad global y diversa.
3. Realiza investigación científica y humanista en el campo de la comunicación –cuantitativa, cualitativa, etnográfica, semiológica, netnográfica y de análisis de contenido- generando conocimiento como vía de apropiación de la verdad en sus diferentes ámbitos y modalidades, impulsando el pensamiento crítico, creativo, activo e independiente con autocrítica sobre su desempeño profesional con una actitud de perfeccionamiento continuo.
4. Desarrolla bienes y servicios de comunicación impresa, visual y digital ya sea innovando, interviniendo procesos, solucionando problemas, y/o concluyendo negociaciones existentes, en organizaciones tanto públicas, privadas o del tercer sector, a nivel directivo y de gestión, empleando habilidades avanzadas de comunicación verbal y escrita, de cálculo matemático, análisis cuantitativo y cualitativo, de uso y apropiación tecnológica, de generación, dirección y conducción de proyectos, de comercialización y mercadológicas.
5. Genera cambios cognitivos, conductuales y actitudinales en las audiencias, generando mensajes oportunos y pertinentes al entorno cultural, social, económico, filosófico, político y artístico.
6. Determina la influencia, impacto o efecto de los mensajes en las personas, familias, instituciones, sociedad y la cultura, proponiendo en respuesta a los resultados alcanzados cambios, mejoras o mantenimiento a dichos mensajes, con una actitud orientada al hombre y al beneficio de la sociedad.

Competencias profesionales

- 1p. Detecta, como resultado de la evaluación sistemática y objetiva, el uso, apropiación y consumo hipermediático por las diversas audiencias, utilizando metodologías variadas de acuerdo a los propósitos que se persiguen.
- 2p. Recolecta y analiza información confiable de tipo económica, política, cultural, social y deportiva, a través de diversos métodos e instrumentos de investigación y medida. Su actividad profesional se caracteriza por la veracidad, un análisis crítico y la oportunidad de difundir el conocimiento a las personas y mejorar la vida en sociedad.
- 3p. Difunde la información periodística obtenida mediante investigación, en artículos, ensayos, y ponencias que promuevan la libertad de prensa, expresión, acceso y derecho a la información en beneficio del hombre y la sociedad.
- 4p. Genera estrategias de programación y contenido que cubran las áreas de oportunidad y necesidades del mercado, proponiendo alternativas de productos viables acordes a las necesidades de cada estación o grupo radiofónico.
- 5p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos y productos auditivos en la conducta de la audiencia realizando análisis de contenidos, de percepción, de opinión pública y ratings.
- 6p. Redacta, diseña, dirige y produce programas radiofónicos, hablados y musicales empleando técnicas de guionismo, dramatización vocal y de doblaje que eleven el nivel de entretenimiento e información de los contenidos ofertados y la calidad de vida de los escuchas.
- 7p. Desarrolla contenidos de audio que enriquezcan la experiencia sensorial de las producciones auditivas y audiovisuales con el fin de crear ambientes que generen sensaciones, sentimientos y emociones en los escuchas.
- 8p. Genera canciones, jingles y musicalizaciones que cubran las necesidades de la industria de la producción sonora y musical y de los escuchas.
- 9p. Crea y produce propuestas sonoras originales y sustentables, adaptadas al lenguaje propio del medio, con respeto a los valores y la sensibilidad artística de sus públicos.
- 10p. Analiza el entorno laboral y evalúa el clima organizacional buscando orientar los objetivos y metas de la organización con las necesidades del entorno y el bienestar de las personas que la conforman.
- 11p. Diseña planes estratégicos de comunicación organizacional y de relaciones públicas que sean efectivos, resuelvan la problemática del entorno, favorezcan el logro de los objetivos de la organización, la productividad, la competitividad, la corresponsabilidad y la lealtad con base en una reputación coherente, con un alto sentido humano y de responsabilidad social.
- 12p. Elabora presupuestos de comunicación organizacional para mejorar la cultural laboral
- 13p. Estima la tasa de retorno de inversión de todo proyecto de comunicación interna y masiva.
- 14p. Elabora presupuestos y estima la tasa de retorno de inversión para el logro de la productividad y la competitividad.
- 15p. Construye marca soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 16p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, poniendo énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 17p. Realiza investigación de mercados y análisis de la conducta del consumidor que identifiquen nichos de oportunidad y que garanticen un retorno de inversión.
- 18p. Diseña estrategias y campañas de publicidad y mercadotecnia que respondan a las necesidades del mercado y del consumidor, garantizando en todo momento que apelen a los valores universales y sean socialmente responsables.
- 19p. Construye marcas soportadas en un análisis y planeación de medios garantizando el posicionamiento en el mercado.
- 20p. Realiza programas de comunicación integral en mercadotecnia y publicidad política, social y de productos y servicios, con énfasis en esta última, con un alto nivel de creatividad, mensajes positivos, responsabilidad social y sentido humano.
- 21p. Realiza críticas cinematográficas, empleando diversas técnicas y herramientas de investigación, en las que destaquen los valores estéticos y humanos de cada producción.
- 22p. Elabora guiones, lleva a cabo la logística, planeación, producción y post-producción de productos cinematográficos, de ficción, documental y animación, tanto en corto como en largometraje, con un contenido que favorezca la reflexión en el espectador, eleve su apreciación estética y realce el valor de la
- 23p. Diseña estrategias de comercialización y promoción de un producto filmico garantizando la rentabilidad económica y social de cada proyecto.
- 24p. Genera estrategias de programación y contenido para medios masivos de comunicación, respondiendo a las necesidades del mercado, de las audiencias y de la oferta mediática, promoviendo la responsabilidad ética de los medios masivos frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la

RECUERDA QUE A LO LARGO DE TU CARRERA DEBERÁS CURSAR UNA ASIGNATURA EN LÍNEA, DOS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, Y AL MENOS UNA ASIGNATURA EN INGLÉS.
 TE RECOMENDAMOS INSCRIBIR AL MENOS UNA ASIGNATURA DE HUMANIDADES EN CADA SEMESTRE PARA QUE LOGRES TERMINAR TU CARRERA EN EL TIEMPO QUE TIENES PLANEADO.

PLANEA EL AVANCE DE TUS ESTUDIOS

Este mapa curricular muestra un ordenamiento propicio de cómo puedes cursar tus materias. En su elaboración, el personal académico consideró la complejidad, dificultad y progresión de los contenidos de las materias.

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PLAN 2010, Pre-especialidad en Dirección y Producción Televisiva

ÁREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	Créditos
25p. Determina la influencia, impacto y efecto de los diversos contenidos en la conducta de las audiencias.										
26p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces en diferentes géneros desde la idea creativa hasta la post-producción.										
27p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.										
28p. Genera estrategias de programación y contenido para televisión abierta, restringida y convergente respondiendo a las necesidades del mercado y las audiencias.										
29p. Elabora presupuestos, comercializa y distribuye sus productos audiovisuales con el fin de lograr un óptimo retorno de inversión.										
30p. Propone programas y contenidos innovadores y eficaces con pleno conocimiento de las diversas etapas y géneros televisivos desde la idea creativa hasta la post-producción.										
31p. Promueve la responsabilidad ética de la televisión frente a la defensa de la dignidad de la persona humana y la familia.										
32p. Diseña y produce medios y mensajes periodísticos, informativos y de opinión tanto en formatos impresos, electrónicos y digitales como para nuevos medios, con objetividad, veracidad, bondad, belleza y compromiso, generando esperanza.										