

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 OBLIGATORIO	Clave: INV1203 <b>Metodología de la investigación en ciencias sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 <b>Fundamentos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 <b>Métodos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 <b>Métodos de investigación cualitativa y etnográfica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 <b>Métodos de análisis de contenido</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 <b>Opinión e imagen pública</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 <b>Habilidades de liderazgo global</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 <b>Ética profesional</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		
	Clave: COM1204 <b>Comunicación Creativa para las Organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 <b>Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 <b>Sociología</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 <b>Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 <b>Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 <b>Soluciones mediáticas a necesidades sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 <b>Comunicación Visual</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 <b>Historia del arte</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 <b>Lingüística y retórica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 <b>Literatura y antropología narrativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 <b>Semiótica y estética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 <b>Diseño y edición digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 <b>Evolución del pensamiento de la comunicación</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 <b>Psicología social y persuasión</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 <b>Mercadotecnia integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 <b>Iluminación en medios</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 <b>Comunicación Integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 <b>Estrategias publicitarias y de construcción de marcas</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 <b>Dirección de arte de la información</b> 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
	<b>Fotografía e imagen digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	<b>Creatividad e innovación periodística</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4 Clave: RAD2206	<b>Producción televisiva digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2 Clave: TCOM2222	<b>Post-producción digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2 Clave: COM2218					
		<b>Producción e innovación radiofónica y auditiva</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	<b>Producción de recursos hipermediáticos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	<b>Lenguaje cinematográfico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6 Clave: PSI2288					
				<b>Psicología cognoscitiva</b> 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 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 <b>Imagen e iluminación digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 9	Clave: TCOM2231 <b>Animación digital 2D</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9	Clave: TCOM2232 <b>Animación digital 3D</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TCOM2231 Competencia: 13	Clave: TCOM2234 <b>Desarrollo de entornos virtuales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TCOM2232 Competencia: 10	78
					Clave: TCOM2233 <b>Creatividad e innovación digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8	Clave: TCOM2235 <b>Diseño y producción digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8, 9	Clave: MER2264 <b>Publicidad, mercadotecnia y comercio electrónico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TCOM2235 Competencia: 7, 13, 10p, 17p	Clave: ADM2293 <b>Alta dirección, planeación estratégica y comercialización de nuevos medios</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: INT3252 Competencia: 12, 27p	
						Clave: INT3241 <b>Practicum 1: Diseño digital de nuevos medios</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202/TCOM2222/TCOM2233 Competencia: 8,9	Clave: INT3252 <b>Practicum 2: Laboratorio de dirección de empresas de convergencia y nuevos medios I</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3241 / TCOM2235 Competencia: 12	Clave: INT3259 <b>Practicum 3: Laboratorio de dirección de empresas de convergencia y nuevos medios II</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3252/ MER2264 / TCOM2232 Competencia: 7, 12	
							Clave: TCOM2236 <b>Medios virtuales y comunicación</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 11	Clave: DER3263 <b>Globalización y legislación de medios digitales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 1p, 24p	
HUMANIDADES	Clave: HUM1201 <b>Introducción a los estudios universitarios</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno	Clave: HUM2204 <b>Historia del pensamiento</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201	Clave: HUM2201 <b>Antropología fundamental</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201	Clave: HUM2202 <b>Ética y bioética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201	Clave: HUM2203 <b>Historia de Occidente</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204	Clave: HUM2205 <b>Persona y trascendencia</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202		Clave: FIL2202 <b>Responsabilidad social</b> 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	Competencia Anáhuac: 1	48
	Clave: COM1201 <b>Habilidades de comunicación</b> 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									
ÁREA 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  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
<b>Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)</b>									<b>360</b>

### 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 <b>Metodología de la investigación en ciencias sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 <b>Fundamentos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 <b>Métodos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 <b>Métodos de investigación cualitativa y etnográfica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 <b>Métodos de análisis de contenido</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 <b>Opinión e imagen pública</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 <b>Habilidades de liderazgo global</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 <b>Ética profesional</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		
	Clave: COM1204 <b>Comunicación Creativa para las Organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 <b>Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 <b>Sociología</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 <b>Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 <b>Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 <b>Soluciones mediáticas a necesidades sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 <b>Comunicación Visual</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 <b>Historia del arte</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 <b>Lingüística y retórica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 <b>Literatura y antropología narrativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 <b>Semiótica y estética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 <b>Diseño y edición digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 <b>Evolución del pensamiento de la comunicación</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 <b>Psicología social y persuasión</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 <b>Mercadotecnia integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 <b>Iluminación en medios</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 <b>Comunicación Integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 <b>Estrategias publicitarias y de construcción de marcas</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 <b>Dirección de arte de la información</b> 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
	<b>Fotografía e imagen digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	<b>Creatividad e innovación periodística</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	<b>Producción televisiva digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	<b>Post-producción digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2					
		Clave: RAD2206  <b>Producción e innovación radiofónica y auditiva</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222  <b>Producción de recursos hipermediáticos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218  <b>Lenguaje cinematográfico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6					
				Clave: PSI2288  <b>Psicología cognoscitiva</b> 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	Créditos
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu pre-especialidad)					Clave: PER2208  <b>Creatividad e innovación editorial</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencias 8, 9, 26p, 32p	Clave: PER2210  <b>Innovación y estructura periodística</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencias 8, 9, 26p, 32p	Clave: PER2211  <b>Sistema mundial de la información</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencias 9, 2p, 3p,	Clave: ADM2292  <b>Alta dirección, planeación estratégica y comercialización informativa</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: INT3253 Competencias 7, 2p		78
					Clave: PER2213  <b>Tendencias del periodismo especializado informativo</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencias 9, 3p	Clave: PER2212  <b>Tendencia del periodismo especializado de entretenimiento</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencias 9, 3p	Clave: DER3264  <b>Globalización y legislación de los medios informativos</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencias 2p,	Clave: MER2262  <b>Publicidad y mercadotecnia integradas en el periodismo</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: PER2214 Competencias 3p		
						Clave:INT3247  <b>Practicum 1: Lenguaje periodístico para medios impresos, electrónicos, digitales y convergentes</b>  Créditos: 6 Horas: 3  Pre-requisito: PER2207 / PER2208 / PER2213  Competencias 8, 32p	Clave:INT3253  <b>Practicum 2: Laboratorio de dirección de empresas periodísticas I</b>  Créditos: 6 Horas: 3  Pre-requisito: INT3247 / PER2210  Competencias 7, 2p	Clave: INT3261  <b>Practicum 3: Laboratorio de dirección de empresas periodísticas II</b>  Créditos: 6 Horas: 3  Pre-requisito: INT3253/ PER2214 / PER2211  Competencias 7, 2p		
						Clave: PER2209  <b>Herramientas periodísticas aplicadas a las organizaciones</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencias 2p, 11p	Clave: PER2214  <b>Periodismo digital y nuevos medios</b>  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		

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
<b>HUMANIDADES</b>  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.	<b>Introducción a los estudios universitarios</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	<b>Historia del pensamiento</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	<b>Antropología fundamental</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	<b>Ética y bioética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	<b>Historia de occidente</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	<b>Persona y trascendencia</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1		<b>Responsabilidad social</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1		48
	Clave: COM1201  <b>Habilidades de comunicación</b> 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	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 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	
<b>Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)</b>										<b>360</b>

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 <b>Metodología de la investigación en ciencias sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 <b>Fundamentos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 <b>Métodos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 <b>Métodos de investigación cualitativa y etnográfica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 <b>Métodos de análisis de contenido</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 <b>Opinión e imagen pública</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 <b>Habilidades de liderazgo global</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 <b>Ética profesional</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		219
	Clave: COM1204 <b>Comunicación Creativa para las Organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 <b>Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 <b>Sociología</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 <b>Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 <b>Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 <b>Soluciones mediáticas a necesidades sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 <b>Comunicación Visual</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 <b>Historia del arte</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 <b>Lingüística y retórica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 <b>Literatura y antropología narrativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 <b>Semiótica y estética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 <b>Diseño y edición digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 <b>Evolución del pensamiento de la comunicación</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 <b>Psicología social y persuasión</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 <b>Mercadotecnia integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 <b>Iluminación en medios</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 <b>Comunicación Integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 <b>Estrategias publicitarias y de construcción de marcas</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 <b>Dirección de arte de la información</b> 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
	<b>Fotografía e imagen digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	<b>Creatividad e innovación periodística</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	<b>Producción televisiva digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	<b>Post-producción digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2					
		Clave: RAD2206 <b>Producción e innovación radiofónica y auditiva</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222 <b>Producción de recursos hipermediáticos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218 <b>Lenguaje cinematográfico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6					
				Clave: PSI2288 <b>Psicología cognoscitiva</b> 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  <b>Locución y técnica vocal</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 9, 6p	Clave: RAD2211  <b>Industria discográfica y dirección artística</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 7, 4p	Clave: RAD2210  <b>Estrategias radiofónicas para radio hablada e informativa</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 7, 4p	Clave: ADM2294  <b>Alta Dirección, Planeación estratégica y comercialización radiofónica y auditiva</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: INT3254 Competencia: 7, 4p	
					Clave: RAD2213  <b>Producción y guionismo para nuevos medios</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 9, 11, 6p, 9p	Clave: RAD2208  <b>Diseño de producción y grabación de audio y espacios sonoros</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 9, 10, 11, 12, 7p, 8p, 9p, 26p	Clave: DER3265  <b>Globalización y legislación radiofónica</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 8p,	Clave: MER2263  <b>Publicidad y mercadotecnia integrada en empresas radiofónicas y de diseño de audio</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 8, 5p	
						Clave: INT3245  <b>Practicum 1: Laboratorio de Diseño de Audio</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: RAD2206/ RAD2213  Competencia: 10, 7p	Clave: INT3254  <b>Practicum 2: Laboratorio de dirección de empresas radiofónicas y diseño de audio I</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3245 / RAD2208  Competencia: 9, 6p	Clave: INT3262  <b>Practicum 3: Laboratorio de dirección de empresas radiofónicas y diseño de audio II</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3254 / RAD2210 / RAD2214  Competencia: 9, 6p	
						Clave: RAD2209  <b>Doblaje y actuación de la voz</b>  Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno	Clave: RAD2214  <b>Programación musical y de programas de entretenimiento</b>  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	SEMESTRE	Créditos
<b>HUMANIDADES</b>  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 <b>Introducción a los estudios universitarios</b>  Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2204 <b>Historia del pensamiento</b>  Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2201 <b>Antropología fundamental</b>  Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2202 <b>Ética y bioética</b>  Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2203 <b>Historia de occidente</b>  Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2205 <b>Persona y trascendencia</b>  Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1	Competencia: 6p Competencia: 7, 4p	Clave: FIL2202 <b>Responsabilidad social</b>  Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1		48
	Clave: COM1201 <b>Habilidades de comunicación</b> 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
<b>ESTUDIOS GENERALES</b>  Puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	<b>Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos</b>	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
<b>Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)</b>									<b>360</b>

#### 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 <b>Metodología de la investigación en ciencias sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 <b>Fundamentos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 <b>Métodos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 <b>Métodos de investigación cualitativa y etnográfica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 <b>Métodos de análisis de contenido</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 <b>Opinión e imagen pública</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 <b>Habilidades de liderazgo global</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 <b>Ética profesional</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2	219
	Clave: COM1204 <b>Comunicación Creativa para las Organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 <b>Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 <b>Sociología</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 <b>Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 <b>Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 <b>Soluciones mediáticas a necesidades sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2			
	Clave: FOT1201 <b>Comunicación Visual</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 <b>Historia del arte</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 <b>Lingüística y retórica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 <b>Literatura y antropología narrativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 <b>Semiótica y estética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 <b>Diseño y edición digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6			
	Clave: COM1202 <b>Evolución del pensamiento de la comunicación</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 <b>Psicología social y persuasión</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1				
	Clave: MER1202 <b>Mercadotecnia integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 <b>Iluminación en medios</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 <b>Comunicación Integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 <b>Estrategias publicitarias y de construcción de marcas</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 <b>Dirección de arte de la información</b> 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
	<b>Fotografía e imagen digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	<b>Creatividad e innovación periodística</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	<b>Producción televisiva digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	<b>Post-producción digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2					
		Clave: RAD2206 <b>Producción e innovación radiofónica y auditiva</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222 <b>Producción de recursos hipermediáticos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218 <b>Lenguaje cinematográfico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6					
				Clave: PSI2288 <b>Psicología cognoscitiva</b> 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	Créditos
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu pre-especialidad)					Clave: COM2225 <b>Diseño integral para las organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 11p	Clave: ADM2297 <b>Liderazgo de comunicación en las organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: COM2225 Competencias 10p	Clave: COM2224 <b>Comunicación para la responsabilidad social corporativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 8, 11p	Clave: ADM2291 <b>Alta dirección de comunicación integral para las organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: INT3255 Competencias 10, 13p, 14p		78
					Clave: PER2209 <b>Herramientas periodísticas aplicadas a las organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 2p, 11p	Clave: ADM2290 <b>Administración y producción de comunicación para las organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 12p	Clave: COM2226 <b>Relaciones públicas estratégicas para las organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 11p	Clave: ADM2296 <b>Dirección estratégica de comunicación para las organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 10, 11, 11p,		
						Clave: INT3244 <b>Practicum 1: Globalización y legislación de las organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1204 / COM2225 Competencias 8, 11p,	Clave: INT3255 <b>Practicum 2: Laboratorio de dirección de comunicación integral para las organizaciones I</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3244 / ADM2290 Competencias 8, 11p	Clave: INT3263 <b>Practicum 3: Laboratorio de dirección en comunicación integral para las organizaciones II</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3255 / COM2223 / COM2226 Competencias 8, 11p		
						Clave: MER2264 <b>Publicidad, mercadotecnia y comercio electrónico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: DIS2259 Competencias 7, 13, 10p, 17p	Clave: COM2223 <b>Auditoría y diagnóstico de comunicación integral para las organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencias 10p, 16p			
HUMANIDADES	Clave: HUM1201 <b>Introducción a los estudios universitarios</b> Créditos: 6 Horas: 3	Clave: HUM2204 <b>Historia del pensamiento</b> Créditos: 6 Horas: 3	Clave: HUM2201 <b>Antropología fundamental</b> Créditos: 6 Horas: 3	Clave: HUM2202 <b>Ética y bioética</b> Créditos: 6 Horas: 3	Clave: HUM2203 <b>Historia de occidente</b> Créditos: 6 Horas: 3	Clave: HUM2205 <b>Persona y trascendencia</b> Créditos: 6 Horas: 3		Clave: FIL2202 <b>Responsabilidad social</b> 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	SEMESTRE	Créditos
<b>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.</b>	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									
	<b>Habilidades de comunicación</b> 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	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
<b>Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)</b>										<b>360</b>

### 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 <b>Metodología de la investigación en ciencias sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 <b>Fundamentos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 <b>Métodos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 <b>Métodos de investigación cualitativa y etnográfica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 <b>Métodos de análisis de contenido</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 <b>Opinión e imagen pública</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 <b>Habilidades de liderazgo global</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 <b>Ética profesional</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		
	Clave: COM1204 <b>Comunicación Creativa para las Organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 <b>Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 <b>Sociología</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 <b>Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 <b>Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 <b>Soluciones mediáticas a necesidades sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 <b>Comunicación Visual</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 <b>Historia del arte</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 <b>Lingüística y retórica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 <b>Literatura y antropología narrativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 <b>Semiótica y estética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 <b>Diseño y edición digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 <b>Evolución del pensamiento de la comunicación</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 <b>Psicología social y persuasión</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 <b>Mercadotecnia integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 <b>Iluminación en medios</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 <b>Comunicación Integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 <b>Estrategias publicitarias y de construcción de marcas</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 <b>Dirección de arte de la información</b> 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
	<b>Fotografía e imagen digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	<b>Creatividad e innovación periodística</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	<b>Producción televisiva digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	<b>Post-producción digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2					
		Clave: RAD2206  <b>Producción e innovación radiofónica y auditiva</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222  <b>Producción de recursos hipermediáticos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218  <b>Lenguaje cinematográfico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6					
				Clave: PSI2288  <b>Psicología cognoscitiva</b> 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 <b>Globalización y legislación de la publicidad y la comunicación corporativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 14	Clave: PUB2201 <b>Creatividad e innovación publicitaria</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4 y 22	Clave: MER2264 <b>Publicidad, mercadotecnia y comercio electrónico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: DER3261 Competencia: 1, 7, 17 y 24	Clave: ADM2291 <b>Alta dirección de comunicación integral para las organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: INT3243 Competencia: 4, 20 y 21		78
					Clave: MER2256 <b>Comportamiento y tendencias del consumidor</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1 y 24	Clave: COM2223 <b>Auditoría y diagnóstico de comunicación organizacional</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 17 y 23	Clave: MER2258 <b>Dirección estratégica de comunicación integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4, 5 y 27	Clave: PUB2202 <b>Dirección y producción de campañas integrales de publicidad</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4, 5 y 23		
						Clave: INT3243 <b>Practicum 1: Diseño integral para las organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1204 Competencia: 2 y 18	Clave: INT3258 <b>Practicum 2: Laboratorio de pensamiento creativo en publicidad</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2252 / MER1202 Competencia: 2 y 18	Clave: INT3264 <b>Practicum 3: Laboratorio de dirección en publicidad</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3258 Competencia: 5 y 23		
						Clave: MER2265 <b>Sistemas de información de mercadotecnia</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 23 y 25	Clave: COM2226 <b>Relaciones públicas estratégicas para las organizaciones</b> 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
<b>HUMANIDADES</b>  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.	<b>Introducción a los estudios universitarios</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	<b>Historia del pensamiento</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	<b>Antropología fundamental</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	<b>Ética y bioética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	<b>Historia de occidente</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	<b>Persona y trascendencia</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1		<b>Responsabilidad social</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	48
	Clave: COM1201  <b>Habilidades de comunicación</b> 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 <b>Metodología de la investigación en ciencias sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 <b>Fundamentos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 <b>Métodos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 <b>Métodos de investigación cualitativa y etnográfica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 <b>Métodos de análisis de contenido</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 <b>Opinión e imagen pública</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 <b>Habilidades de liderazgo global</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 <b>Ética profesional</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		
	Clave: COM1204 <b>Comunicación Creativa para las Organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 <b>Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 <b>Sociología</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 <b>Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 <b>Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 <b>Soluciones mediáticas a necesidades sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 <b>Comunicación Visual</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 <b>Historia del arte</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 <b>Lingüística y retórica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 <b>Literatura y antropología narrativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 <b>Semiótica y estética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 <b>Diseño y edición digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 <b>Evolución del pensamiento de la comunicación</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 <b>Psicología social y persuasión</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 <b>Mercadotecnia integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 <b>Iluminación en medios</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 <b>Comunicación Integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 <b>Estrategias publicitarias y de construcción de marcas</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 <b>Dirección de arte de la información</b> 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	SEMESTRE	Créditos
	<b>Fotografía e imagen digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	<b>Creatividad e innovación periodística</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	<b>Producción televisiva digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	<b>Post-producción digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2					
		Clave: RAD2206  <b>Producción e innovación radiofónica y auditiva</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222  <b>Producción de recursos hipermediáticos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218  <b>Lenguaje cinematográfico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6					
				Clave: PSI2288  <b>Psicología cognoscitiva</b> 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 <b>Sistemas de información de mercadotecnia</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 9, 3p, 16p, 18p	Clave: MER2260 <b>Estrategias de comunicación integral de 360° para productos y servicios</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 10, 16p	Clave: MER2257 <b>Dirección de integración e inversión de medios</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 15p,	Clave: PUB2202 <b>Dirección y producción de campañas integrales de publicidad</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 10, 11, 16p,		
					Clave: MER2256 <b>Comportamiento y tendencias del consumidor</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 17p	Clave: DER3262 <b>Globalización y legislación de la publicidad y la mercadotecnia</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8	Clave: MER2258 <b>Dirección estratégica de comunicación integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 10, 11, 20p	Clave: MER2261 <b>Estrategias de mercadotecnia política y social</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 10, 16p		78
						Clave:INT3246 <b>Practicum 1: Laboratorio de Pensamiento creativo y estratégico publicitario</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: MER2252/ MER1202 / MER2256 Competencia: 9, 19p,	Clave: INT3256 <b>Practicum 2: Laboratorio de dirección de publicidad y mercadotecnia I</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3246 / MER2260 / MER2259 Competencia: 8, 18p	Clave:INT3265 <b>Practicum 3: Laboratorio de dirección en publicidad y mercadotecnia II</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3256/ MER2257 / MER2258 Competencia: 8		
						Clave: MER2259 <b>Estrategias de comercialización y ventas</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 17p	Clave: MER2264 <b>Publicidad, mercadotecnia y comercio electrónico</b> 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
<b>HUMANIDADES</b>  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.	<b>Introducción a los estudios universitarios</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1 Clave: COM1201	<b>Historia del pensamiento</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	<b>Antropología fundamental</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	<b>Ética y bioética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	<b>Historia de occidente</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	<b>Persona y trascendencia</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1		<b>Responsabilidad social</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	48
	<b>Habilidades de comunicación</b> 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
<b>ESTUDIOS GENERALES</b>  Puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	<b>Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos</b>	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
<b>Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)</b>										<b>360</b>

**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 <b>Metodología de la investigación en ciencias sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 <b>Fundamentos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 <b>Métodos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 <b>Métodos de investigación cualitativa y etnográfica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 <b>Métodos de análisis de contenido</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 <b>Opinión e imagen pública</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 <b>Habilidades de liderazgo global</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 <b>Ética profesional</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		
	Clave: COM1204 <b>Comunicación Creativa para las Organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 <b>Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 <b>Sociología</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 <b>Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 <b>Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 <b>Soluciones mediáticas a necesidades sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 <b>Comunicación Visual</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 <b>Historia del arte</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 <b>Lingüística y retórica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 <b>Literatura y antropología narrativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 <b>Semiótica y estética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 <b>Diseño y edición digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 <b>Evolución del pensamiento de la comunicación</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 <b>Psicología social y persuasión</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 <b>Mercadotecnia integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 <b>Iluminación en medios</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 <b>Comunicación Integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 <b>Estrategias publicitarias y de construcción de marcas</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 <b>Dirección de arte de la información</b> 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  <b>Fotografía e imagen digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 5	Clave: PER2207  <b>Creatividad e innovación periodística</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 4	Clave: TEL2202  <b>Producción televisiva digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202  Competencia: 2	Clave: TEL2201  <b>Post-producción digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202  Competencia: 2				
		Clave: RAD2206  <b>Producción e innovación radiofónica y auditiva</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 2	Clave: TCOM2222  <b>Producción de recursos hipermediáticos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202  Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218  <b>Lenguaje cinematográfico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 5,6				
				Clave: PSI2288  <b>Psicología cognoscitiva</b> 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 <b>Apreciación cinematográfica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 21p	Clave: COM2228 <b>Cinematografía</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: COM2230 Competencia: 22p	Clave: MER2254 <b>Comercialización de un proyecto fílmico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 23p	Clave: COM2232 <b>Producción de cortometraje</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 22p		78
					Clave: COM2230 <b>Guionismo cinematográfico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8, 22p	Clave: TEL2205 <b>Dirección escénica y actuación</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: COM2217 Competencia: 22p, 24p	Clave: RAD2207 <b>Diseño de bandas sonoras</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 22p	Clave: COM2231 <b>Post-Producción</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 22p		
						Clave: INT3248 <b>Practicum 1: Producción ejecutiva de proyectos fílmicos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2218 / COM2230 Competencia: 9, 23p	Clave: INT3274 <b>Practicum 2: Laboratorio de dirección de cine</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3248 / COM2229 Competencia: 22p,	Clave: INT3266 <b>Practicum 3: Laboratorio de dirección y producción cinematográfica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3274 / MER2254 / RAD2207 Competencia: 22p		
						Clave: COM2229 <b>Dirección de arte</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: COM2230 Competencia: 7, 8, 22p,	Clave: COM2227 <b>Cine mexicano</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 21p			
HUMANIDADES	Clave: HUM1201 <b>Introducción a los estudios universitarios</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2204 <b>Historia del pensamiento</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2201 <b>Antropología fundamental</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM1201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2202 <b>Ética y bioética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2201 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2203 <b>Historia de occidente</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2204 Competencia Anáhuac: 1	Clave: HUM2205 <b>Persona y trascendencia</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia Anáhuac: 1		Clave: FIL2202 <b>Responsabilidad social</b> 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 <b>Habilidades de comunicación</b> 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
<b>Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)</b>										<b>360</b>

### 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 <b>Metodología de la investigación en ciencias sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3	Clave: INV2204 <b>Fundamentos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2208 <b>Métodos de investigación cuantitativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV2204 Competencia: 3	Clave: INV2207 <b>Métodos de investigación cualitativa y etnográfica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: INV2206 <b>Métodos de análisis de contenido</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INV1203 Competencia: 3	Clave: COM2222 <b>Opinión e imagen pública</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: ADM2228 <b>Habilidades de liderazgo global</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2205 Competencia: 2	Clave: FIL2218 <b>Ética profesional</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: HUM2202 Competencia: 2		219
	Clave: COM1204 <b>Comunicación Creativa para las Organizaciones</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: ECO2252 <b>Economía y finanzas aplicadas a proyectos integrales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: SOC2205 <b>Sociología</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2217 <b>Panorama político, social y cultural del Mundo Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: HIS2215 <b>Panorama político, social y cultural del México Contemporáneo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: SOC2206 <b>Soluciones mediáticas a necesidades sociales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2				
	Clave: FOT1201 <b>Comunicación Visual</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: HIS2214 <b>Historia del arte</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2204 <b>Lingüística y retórica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2206 <b>Literatura y antropología narrativa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: LIT2202 <b>Semiótica y estética</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6	Clave: DIS2260 <b>Diseño y edición digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 6				
	Clave: COM1202 <b>Evolución del pensamiento de la comunicación</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 1, 3	Clave: PSI2216 <b>Psicología social y persuasión</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2205 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Norteamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1202 Competencia: 1	Clave: COM2203 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Europa</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1	Clave: COM2204 <b>Corrientes y tradiciones de la comunicación en Iberoamérica</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM2205 Competencia: 1					
	Clave: MER1202 <b>Mercadotecnia integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: FOT2204 <b>Iluminación en medios</b> Créditos: 3 Horas: 1.5 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	Clave: COM2234 <b>Comunicación Integral</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: COM1201 Competencia: 4,6	Clave: MER2252 <b>Estrategias publicitarias y de construcción de marcas</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	Clave: DIS2259 <b>Dirección de arte de la información</b> 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
	<b>Fotografía e imagen digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 5	<b>Creatividad e innovación periodística</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 4	<b>Producción televisiva digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202  Competencia: 2	<b>Post-producción digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202  Competencia: 2					
		Clave: RAD2206  <b>Producción e innovación radiofónica y auditiva</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 2	Clave: TCOM2222  <b>Producción de recursos hipermediáticos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202  Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218  <b>Lenguaje cinematográfico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno  Competencia: 5,6					
				Clave: PSI2288  <b>Psicología cognoscitiva</b> 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 <b>Creatividad e innovación editorial</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 3, 33 y 39	Clave: PER2210 <b>Innovación y estructura periodística</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2, 3, 33 y 39	Clave: RAD2208 <b>Diseño, producción y grabación de audio y espacios sonoros</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3, 4, 5, 6, 14, 15, 16 y 22	Clave: TEL2210 <b>Producción de televisión avanzada digital en vivo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 1, 31, 35 y 37		78
					Clave: TEL2204 <b>Apreciación y análisis televisivo y cinematográfico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2 y 32	Clave: TEL2207 <b>Guionismo televisivo y cinematográfico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3 y 33	Clave: DER3263 <b>Globalización y legislación de los medios digitales</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8 y 31	Clave: ADM2293 <b>Alta dirección, planeación estratégica y comercialización de nuevos medios</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: INT3249 Competencia: 6 y 34		
						Clave: INT3249 <b>Practicum 1: Taller de locución y técnica de la voz</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: RAD2206 Competencia: 3 y 33	Clave: INT3250 <b>Practicum 2: Diseño de nuevos medios</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 / TCOM2222 Competencia: 1 y 31	Clave: INT3260 <b>Practicum 3: Laboratorio de dirección de empresas de nuevos medios</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3250 Competencia: 6		
						Clave: FOT2205 <b>Fotografía avanzada</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 3 y 33	Clave: TCOM2230 <b>Animación digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 3 y 33			
HUMANIDADES	Clave: HUM1201 <b>Introducción a los estudios universitarios</b>	Clave: HUM2204 <b>Historia del pensamiento</b>	Clave: HUM2201 <b>Antropología fundamental</b>	Clave: HUM2202 <b>Ética y bioética</b>	Clave: HUM2203 <b>Historia de occidente</b>	Clave: HUM2205 <b>Persona y trascendencia</b>		Clave: FIL2202 <b>Responsabilidad social</b>		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
	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  <b>Habilidades de comunicación</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia Anáhuac: 1								48



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
<b>ESTUDIOS GENERALES</b>  Puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos de la oferta institucional vigente	<b>Para cubrir el Bloque electivo Anáhuac puedes elegir asignaturas de 6 créditos o talleres de 3 créditos</b>	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	
<b>Créditos totales (Bloque Profesional, Bloque Profesional Electivo, Humanidades, Estudios Generales)</b>										<b>360</b>

### 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, 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.



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
----------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

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

219



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
	<b>Fotografía e imagen digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5	<b>Creatividad e innovación periodística</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 4	<b>Producción televisiva digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2	<b>Post-producción digital</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 2				
		Clave: RAD2206  <b>Producción e innovación radiofónica y auditiva</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 2	Clave: TCOM2222  <b>Producción de recursos hipermediáticos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: FOT1202 Competencia: 2, 5, 6	Clave: COM2218  <b>Lenguaje cinematográfico</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 5,6				
				Clave: PSI2288  <b>Psicología cognoscitiva</b> 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 Televisiva									
AREA ACADÉMICA	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE
BLOQUE PROFESIONAL ELECTIVO (elige materias del catálogo de tu pre-especialidad)					Clave: TEL2209 <b>Industria, Lenguaje y géneros televisivos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 30p	Clave: TEL2208 <b>Iluminación en Estudio y Locación para televisión en Alta definición</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 30p	Clave: TEL2203 <b>Apreciación y análisis televisivo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 8, 25p	Clave: ADM2295 <b>Dirección ejecutiva de una empresa de televisión</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 7, 11, 28p, 29p, 31p	78
					Clave: TEL2206 <b>Guionismo Televisivo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 9, 26p	Clave: TEL2205 <b>Dirección escénica y actuación</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: TEL2206 Competencia: 22p, 24p	Clave: MER2255 <b>Comercialización y mercadeo de productos televisivos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 10, 27p	Clave: DER3266 <b>Globalización y legislación televisiva</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Competencia: 28p, 31p	
						Clave: INT3242 <b>Practicum 1: Diseño de proyectos televisivos</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2201 / TEL2202 / TEL2206 Competencia: 9, 30p	Clave: INT3257 <b>Practicum 2: Laboratorio de dirección y producción televisiva I</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3242 / TEL2205 / COM2229 Competencia: 7, 28p,	Clave: INT3289 <b>Practicum 3: Laboratorio de dirección y producción televisiva II</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: INT3257 / MER2255 / TEL2210 Competencia: 7, 28p	
							Clave: COM2229 <b>Dirección de arte</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: ninguno Concurrente: TEL2206 Competencia: 7, 8, 22p, 28p	Clave: TEL2210 <b>Producción de televisión avanzada digital en vivo</b> Créditos: 6 Horas: 3 Pre-requisito: TEL2202 Competencia: 7, 24p, 28p, 30p	
HUMANIDADES	Clave: HUM1201 <b>Introducción a los estudios universitarios</b>	Clave: HUM2204 <b>Historia del pensamiento</b>	Clave: HUM2201 <b>Antropología fundamental</b>	Clave: HUM2202 <b>Ética y bioética</b>	Clave: HUM2203 <b>Historia de occidente</b>	Clave: HUM2205 <b>Persona y trascendencia</b>		Clave: FIL2202 <b>Responsabilidad social</b>	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  <b>Habilidades de comunicación</b> 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
<b>ESTUDIOS GENERALES</b>  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.