

Licenciatura en Comunicación Modelo 2016

- **RVOE**
- **Perfil de ingreso**
- **Perfil del profesional Anáhuac (Perfil de egreso)**
- **Plan de Estudios**
- **Requisitos Académicos**

RVOE

Con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública (SEP) por Decreto Presidencial, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 26 de noviembre de 1982.

Perfil de ingreso

Egresado de Bachillerato o equivalente.

Perfil de egreso

El Licenciado en Comunicación Anáhuac es un profesional llamado al servicio y la transformación social, que de modo responsable y atendiendo la constante innovación tecnológica, crea mensajes en diversos medios que inspiran a resolver los problemas que inciden directamente en la sociedad mexicana y latinoamericana. A través de la investigación y la vinculación profesional de forma comprometida, analítica, crítica, propositiva y ética, identifica las principales necesidades sociales derivadas de la sociedad de la información y ofrece soluciones mediáticas integrales en una realidad compleja y cambiante. Ubica a la comunicación en el corazón neurálgico y estratégico de las instituciones y organizaciones públicas, privadas y del Tercer Sector con el fin de impulsar desde ahí, cambios profundos y positivos en el terreno económico, político, social y cultural de su país que permitan desarrollar ambientes sociales armónicos. Su compromiso con la búsqueda de la verdad en el actuar profesional le permite ser un testimonio firme de una conducta ética que denote honestidad, justicia, solidaridad, búsqueda del bien común, ciudadanía global y gran respeto por los derechos y libertades que eleven la dignidad humana.

Competencias Profesionales.

1. Reconoce la importancia de la búsqueda de la verdad y del pensamiento crítico, creativo e independiente en la difusión del conocimiento como elemento que guíe a las audiencias a la toma de decisiones informadas y sopesadas, con el fin de construir sociedades más democráticas, justas y solidarias.
2. Aplica los principios éticos profesionales, asumiéndose como un agente de transformación en una sociedad global donde se respete la diversidad e inclusión

de pueblos y culturas en todas sus expresiones y en relación a los medios de comunicación.

3. Busca el sentido trascendente en los mensajes o productos mediáticos, publicitarios o mercadológicos que desarrolla, de tal forma que la influencia de ellos en la sociedad y la cultura, sirvan a los demás para mejorar sus condiciones de vida.
4. Se comunica de manera correcta, clara, libre y responsable en cualquier forma y estilo, en lengua materna y extranjera, empleando conceptos y teorías de la comunicación apropiados para las diferentes actividades profesionales, para defender los principios y leyes de la libertad de expresión y libertad de prensa, el derecho a disentir, monitorear, criticar al poder y respeta la dignidad de la persona y el derecho a la privacidad.
5. Integra los conocimientos apropiados para emplear los diferentes equipos, técnicas estadísticas y mercadológicas, tecnologías y recursos informáticos de la comunicación, a fin de apoyar el quehacer profesional.
6. Analiza y evalúa la historia y el papel de los medios a través de distintos métodos de investigación, para el conocimiento profundo de las necesidades de las diferentes audiencias y, enfatiza en el impacto de los diversos contenidos y productos mediáticos.
7. Brinda consultoría y diseña estrategias integrales de comunicación para la prevención y solución de problemas existentes en los diferentes niveles de las organizaciones, nacionales e internacionales.
8. Participa y lidera equipos de trabajo multidisciplinarios en proyectos mediáticos, mercadológicos, publicitarios y organizacionales a fin de provocar cambios en las audiencias y transformar positivamente la cultura y la sociedad.
9. Crea e implementa contenidos, programas, proyectos, productos mediáticos, estrategias mercadológicas y corporativas, creativas e innovadoras, que conlleven al bienestar de las audiencias y públicos a los que impactan.
10. Emprende socialmente proyectos y negocios en comunicación para impulsar la innovación y calidad de los contenidos y productos a fin de promover una cultura más humana.

Plan de estudios.

BLOQUE ANAHUAC

| LISTA DE ASIGNATURAS OBLIGATORIAS | CRÉDITOS |
|--|-----------|
| Ética | 9 |
| Humanismo clásico y contemporáneo | 9 |
| Liderazgo | 6 |
| Persona y sentido de vida | 6 |
| Persona y trascendencia | 6 |
| Ser universitario | 6 |
| SUMA TOTAL DE CRÉDITOS DEL BLOQUE | 42 |

BLOQUE PROFESIONAL

| LISTA DE ASIGNATURAS OBLIGATORIAS | CRÉDITOS |
|--------------------------------------|----------|
| Administración del factor humano | 6 |
| Antropología narrativa | 6 |
| Comunicación organizacional | 6 |
| Comunicación visual e imagen digital | 6 |
| Emprendimiento e innovación | 6 |

| | |
|---|---|
| Escritura creativa y retórica aplicada | 6 |
| Estrategias de negociación y ventas | 6 |
| Ética de la comunicación y el entretenimiento | 6 |
| Evolución del pensamiento de la comunicación y la industria del entretenimiento | 6 |
| Imagen pública y corporativa | 6 |
| Laboratorio de arte de la información | 3 |
| Laboratorio de comunicación digital e hipermedios | 3 |
| Laboratorio de creatividad e innovación | 3 |
| Laboratorio de edición de publicaciones digitales y Web | 3 |
| Laboratorio de fotografía digital e iluminación | 3 |
| Laboratorio de investigación cuantitativa | 3 |
| Laboratorio de lenguajes periodísticos para medios digitales y electrónicos | 3 |
| Laboratorio de post-producción digital | 3 |

| | |
|---|---|
| Laboratorio de producción auditiva informativa | 3 |
| Laboratorio de producción cinematográfica y audiovisual | 3 |
| Laboratorio de producción televisiva digital | 3 |
| Legislación y globalización de la comunicación | 6 |
| Mercadotecnia integral | 6 |
| Métodos de análisis de contenido | 6 |
| Métodos de investigación cualitativa y etnográfica | 6 |
| Métodos de investigación cuantitativa | 6 |
| Métodos de la investigación en ciencias sociales | 6 |
| Narrativas audiovisuales | 6 |
| Narrativa multimedia y semiótica digital | 6 |
| Periodismo digital y opinión pública | 6 |
| Practicum III: Emprendimiento social en comunicación | 6 |
| Presupuestos y análisis financiero | 6 |
| Psicología cognoscitiva | 6 |
| Psicología social y persuasión | 6 |

| | |
|---|------------|
| Publicidad y creación de marca estratégica | 6 |
| Relaciones públicas | 6 |
| Responsabilidad social y sustentabilidad | 6 |
| Sociología de la comunicación y el entretenimiento | 6 |
| Tradiciones de la comunicación y el entretenimiento en Iberoamérica | 6 |
| Tradiciones de la comunicación y el entretenimiento en Europa | 6 |
| Tradiciones de la comunicación y el entretenimiento en Norteamérica | 6 |
| SUMA TOTAL DE CRÉDITOS | 213 |

BLOQUE ELECTIVO

El Bloque Electivo se divide en dos:

- 1) **Bloque Electivo Profesional y**
- 2) **Bloque Electivo de Estudios Generales.**

El Bloque Electivo le da flexibilidad a tu plan de estudios y te permite imprimir un sello personal a tu trayectoria académica. Puedes seleccionar las asignaturas de acuerdo a tus intereses. Revisa en tu Plan de Estudios cuántos créditos conforman este bloque.

A continuación, se explica con mayor detalle.

Bloque Electivo Profesional

Este bloque se conforma por 24 créditos* en la mayoría de las licenciaturas, que puedes elegir de:

- El listado de asignaturas profesionales electivas propias de la carrera que estudias.
- Las asignaturas profesionales (obligatorias o electivas) de otras carreras afines a la que cursas.
- Las asignaturas electivas previamente concentradas por las Escuelas o Facultades en torno a un tema o área profesional, lo que te otorgará un diploma. Pregunta al coordinador de tu Escuela o Facultad sobre los diplomas que se ofrecen.

Consulta el catálogo de asignaturas electivas profesionales que se ofrecerán cada semestre en tu Escuela o Facultad.

*En algunas carreras está conformado por 36, 42 ó 72 créditos, revisa tu plan de estudios.

Bloque Electivo de Estudios Generales

El Bloque de Estudios Generales se conforma de asignaturas, talleres y actividades que complementan tu formación integral y que pueden ser cursadas por los alumnos de todas las carreras.

A su vez, está compuesto por dos partes:

- a) 12 créditos de **asignaturas** electivas libres (de la oferta institucional). Estas asignaturas favorecen tu formación interdisciplinaria y la adquisición de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes en tus áreas de interés.
- b) 9 créditos de **talleres y/o actividades** de estudios generales de carácter formativo y de las áreas deportivas, artísticas, culturales, sociales, apostólicas y/o espiritual.

La oferta de este bloque es variable en cada semestre y la puedes consultar en la página web de la Universidad o con tu Coordinador.

Requisitos académicos

Deberás cubrir los siguientes requisitos académicos durante tu carrera:

- Acreditar el nivel de inglés que corresponda a tu Licenciatura.
- Una vez que hayas acreditado el sexto nivel de inglés, deberás cursar dos asignaturas en inglés* del Bloque Profesional Obligatorio.
- Algunas carreras tienen como requisito la acreditación de un tercer idioma. Consulta con tu coordinador este requisito.
- Cursar y acreditar dos asignaturas totalmente en línea* del Bloque Profesional Obligatorio.
- Acreditar el Examen de Egreso de Licenciatura (EGEL). (Solo para los programas para los que existe este examen).

*Consulta con tu Tutor o con tu Coordinador qué asignaturas ofrecerán en tu licenciatura bajo estas modalidades.