



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

RECTORIA GENERAL

EJECUCIÓN No. I/10/2006/1432/I
ASUNTO: EJECUCIÓN DEL DICTAMEN No. I/2006/363

DR. JUAN MANUEL DURÁN JUÁREZ
RECTOR DEL CENTRO UNIVERSITARIO
DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
P R E S E N T E

De conformidad con lo previsto en los artículos 35 fracción II y 42 fracción I de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, se remite a sus finas atenciones para su ejecución el dictamen emitido por las Comisiones Conjuntas de Educación y Hacienda del H. Consejo General Universitario y aprobado en sesión extraordinaria del sábado 21 de octubre de 2006:

Dictamen Núm. I/2006/363: Mediante el cual se aprueba la creación del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública, para operar bajo el sistema de créditos, en la modalidad escolarizada, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, a partir del ciclo escolar 2007 "A".

Lo anterior, para los efectos legales a que haya lugar.

Atentamente
"PIENSA Y TRABAJA"

"2006. Año del Bicentenario del natalicio del Benemérito de las Américas.
Don Benito Juárez García"

Guadalajara, Jalisco, 23 de octubre de 2006



HTC. JOSÉ TRINIDAD PADILLA LÓPEZ
RECTOR GENERAL

SECRETARÍA GENERAL

Mtro. CARLOS JORGE BRISEÑO TORRES
SECRETARIO GENERAL

c.c.p. Vicerrectoría Ejecutiva.
c.c.p. Coordinación General Académica.
c.c.p. Coordinación de Control Escolar.
c.c.p. Dirección de Finanzas.
c.c.p. Oficialía Mayor.
CJBT/MIPR/Rosy



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021
Dictamen Núm. I/2006/363

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO
P R E S E N T E

A estas Comisiones Conjuntas de Educación y Hacienda, ha sido turnado por el Rector General de la Universidad de Guadalajara, un documento del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, en el que se propone la creación del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública para operar bajo el sistema de créditos, en virtud de los siguientes

Resultandos

1. Que la Universidad de Guadalajara es un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco que goza de autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propios, cuyos fines son formar y actualizar los técnicos, bachilleres, técnicos profesionales, profesionistas, graduados y demás recursos humanos que requiere el desarrollo socioeconómico; organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; rescatar, conservar, acrecentar y difundir la cultura, la ciencia y la tecnología.
2. Que la educación que se imparte tiende a la formación integral de los alumnos, al desenvolvimiento pleno de sus capacidades y su personalidad; fomenta en ellos la tolerancia, el amor a la patria y a la humanidad, así como la conciencia de la solidaridad en la democracia, en la justicia y en la libertad.
3. Que la Universidad de Guadalajara adopta el modelo de red para organizar sus actividades académicas y administrativas, esta estructura se sustenta en unidades académicas denominadas escuelas, para el Sistema de Educación Media Superior y departamentos agrupados en divisiones para los Centros Universitarios; tal organización tiende a lograr una distribución racional y equilibrada de la matrícula y de los servicios educativos en el Estado, a fin de contribuir a la previsión y satisfacción de los requerimientos educativos, culturales, científicos y profesionales de la sociedad.
4. Que los cambios que ha tenido la Universidad de Guadalajara en los últimos años plantean la necesidad de reflexionar sobre la formación de sus profesionales en los diversos niveles educativos, buscando elevar la calidad en la formación de los egresados, optimizar recursos, aprovechando la especialización de los conocimientos de las diferentes áreas de las que dispone, y mediante una



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

administración escolar pertinente dar mejores alternativas de cursos y ciclos escolares para completar una carrera universitaria.

5. Que toda institución de educación superior tiene la obligación de ampliar su oferta académica, adaptándola a las transformaciones de la ciencia dentro del contexto específico en que se inscribe. La creación de la licenciatura en Antropología obedece, no solo a la necesidad de ampliar la oferta educativa, sino que se formula considerando las necesidades y los cambios que la sociedad y la ciencia exigen actualmente.
6. Que la Universidad de Guadalajara cuenta con los recursos humanos y de infraestructura para implementar el plan de estudios de la licenciatura en Comunicación Pública, misma que puede acreditar desde su inicio los indicadores de alto nivel académico que han alcanzado las trece licenciaturas que se ofertan en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades.
7. Que en el amplio mercado de ofertas educativas en comunicación en México y el Mundo, son pocos los programas a nivel licenciatura y posgrado cuyo objeto de enseñanza es la comunicación pública. Esto se explica por el carácter ciertamente específico de este campo de conocimiento y de ejercicio profesional, resultado de la evolución de la esfera pública y de los cambios constantes en las prácticas de comunicación que ocurren en las sociedades contemporáneas democráticas y en proceso de democratización.
8. Que el tipo de comunicación pública que se genera en una sociedad, condiciona su espacio público, es decir, el lugar en donde se definen, discuten y demarcan los asuntos que calificamos de interés público. La comunicación pública puede facilitar o entorpecer las discusiones sociales y la participación de los diversos actores en ellas. La comunicación pública determina la calidad de las relaciones sociales, al establecer las formas de acceso a la información y al ejercicio de las libertades de opinión y expresión en las discusiones sobre las preocupaciones y controversias de interés público. Es una condición para la participación de los ciudadanos en la construcción de un espacio público democrático. La importancia que la comunicación pública tiene en la definición del espacio público, puede ilustrarse señalando: el lugar que la comunicación ha tomado en el ejercicio de los gobiernos contemporáneos, el creciente protagonismo del periodismo como poder y como contrapeso a otros poderes, el papel de la publicidad comercial como reguladora de la economía, y la refuncionalización de los métodos de la mercadotecnia comercial para promover la transformación de conductas sociales y colectivas con fines sociales (mercadotecnia social).





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

9. Que en el occidente del país, la Universidad de Guadalajara ocupa un lugar fundamental en la formación de profesionales en el área de Ciencias Sociales, y en el ámbito de la investigación en comunicación, es referencia a nivel nacional y latinoamericano. El plan de estudios de la licenciatura en Comunicación Pública que se presenta supone un amplio bagaje, sistematización y desarrollo de tendencias conceptuales de la comunicación y sus prácticas profesionales, que sitúan la propuesta al nivel del pensamiento estratégico para el acercamiento a los problemas emergentes en materia de comunicación, en medio de una esfera pública cambiante.
10. Que las tendencias en la enseñanza de la comunicación en México se concentran básicamente en tres modelos: el perfil polivalente del comunicador (un todólogo), el perfil de periodista y el perfil de publicista y publirelacionista. El perfil de Comunicador Público que con este proyecto impulsa el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, es innovador al nivel licenciatura en México.
11. Que en la Zona Metropolitana de Guadalajara las universidades privadas ofertan actualmente 15 programas de licenciatura en comunicación (diversas denominaciones), bajo la modalidad presencial, y 2 que proponen sus servicios "en línea". La formación en comunicación más pertinente que puede surgir en la actualidad de una institución pública, debe atender fenómenos que la enseñanza tradicional privada en el área no ha tenido como prioritarios, y que reclaman un abordaje estratégico para el mediano y el largo plazo: los fenómenos de la comunicación pública.
12. Que la comunicación pública remite al conjunto de mensajes que hacen circular los medios de comunicación, ya sea que ellos mismos los produzcan o que los distintos actores sociales se apoyen en éstos para transmitirlos; también designa las relaciones que se establecen entre los ciudadanos en virtud de la transmisión de los mensajes mediados. A comunicación pública no se refiere solamente a los asuntos públicos y a la vida política en general, sino también a todos los problemas de interés social que son sometidos al debate público, que mueven la opinión pública o que se derivan de asuntos del Estado o de la administración pública (cuestiones de economía, justicia, educación, salud, medio ambiente, etcétera).
13. Que por lo anterior, el concepto de Comunicación Pública que sustenta el plan de estudios propuesto se refiere al conjunto de procesos de selección, tratamiento, difusión y recepción de información o de discursos, que las instituciones, empresas, organizaciones, grupos y movimientos sociales generan principalmente en su relación con los medios y el espacio público, con el propósito central de influir en la





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

construcción de la imagen pública de los actores sociales y de sus proyectos, de administrar su visibilidad o presencia social. Se trata de un espacio global de producción y de circulación de mensajes y discursos que supone la intersección de los saberes sobre las lógicas de producción de la información periodística, las relaciones públicas (como relaciones institucionales) y la mercadotecnia social, un espacio que emerge de la permanente reinención de las prácticas de comunicación social.

14. Que como campo específico de conocimientos sobre un ámbito de la comunicación social, la comunicación pública examina: Cómo contribuyen las actividades de comunicación a los debates o discusiones sociales; cómo estas actividades son utilizadas para hacer prevalecer un punto de vista en el espacio público, y cómo esas prácticas de comunicación participan en la controversia social. Este último aspecto es el que permite distinguir más claramente el ámbito de la comunicación pública, del de la comunicación social: la comunicación pública aborda las actividades de comunicación social solo en tanto se relacionen con la discusión, el debate y la definición de posturas sociales ante temas de interés público.
15. Que la comunicación pública se cristaliza parcialmente en algunas prácticas profesionales existentes y socialmente reconocidas, entre las que sobresalen el periodismo, las relaciones públicas (en su nivel institucional) y la publicidad. De la misma manera se realiza a través de prácticas profesionales emergentes, relacionadas con el análisis y manejo del espacio público, como es el caso de la comunicación política. Sin embargo, la comunicación pública no es territorio solamente de los profesionales. Todo agente social, dirigente de empresa, representante de un cuerpo intermediario, vocero de un grupo de presión u organización social, que toma posición en el espacio público sobre una cuestión de interés público se convierte en el actor de la comunicación pública.
16. Que la licenciatura en Comunicación Pública se ha pensado como un modelo para la formación de cuadros altamente calificados con un perfil muy específico de comunicador. Lo anterior exige considerar una matrícula reducida, así como también un ingreso anual por cada generación: La novedad de este perfil profesional en México supone el desarrollo en paralelo de un espacio laboral poco explotado, en medio de un mercado tradicional saturado. Si bien, la necesidad social de los comunicadores públicos ha sido ampliamente demostrada en sociedades cuyo desarrollo cultural es más dinámico que el de la nuestra y en donde la mediatización de los procesos sociales es un objeto de estudio permanente y de primera importancia, en el contexto mexicano se debe reconocer que este campo de trabajo especializado es emergente y es necesario cultivarlo.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Una matrícula reducida garantizaría el desenvolvimiento de un programa de excelencia cuyos egresados impulsarían la generación de nuevos espacios laborales, que responderían a necesidades sociales vigentes.

17. Que una nueva dimensión social y la ampliación conceptual de la esfera pública demanda la intervención de profesionales de la comunicación con este perfil especializado, que reúne los conocimientos de diversos campos del saber que hasta ahora se han concebido en forma fragmentada en las ofertas educativas predominantes relacionadas con la comunicación.
18. Que una de las dimensiones más importantes de la comunicación pública es su incidencia ética. El comunicador público alimentado con el plan de estudios que se propone, tendrá los elementos formativos para enfrentar toda suerte de problemas éticos y deontológicos, y será consecuente con los principios de compromiso y responsabilidad social que caracterizan las ofertas educativas de la Universidad de Guadalajara.
19. Que el objetivo de la Licenciatura en Comunicación Pública es la formación de especialistas de alto nivel en el terreno del análisis y del diseño de estrategias de comunicación, comprendiendo los nuevos desafíos que los procesos comunicacionales demandan en los espacios de visibilidad contemporáneos, cuya comprensión, interpretación e intervención se demanda de los jóvenes profesionistas que egresarán de este campo.

20. Que el egresado de la Licenciatura en Comunicación Pública:

- Analizará e integrará los saberes de distintas disciplinas del campo de las ciencias sociales (antropología, sociología, política, historia), para el estudio del espacio público a fin de comprender desde esta perspectiva multidisciplinar los procesos de significación, comunicación, lenguaje y cultura constitutivos del espacio público.
- Analizará a partir de modelos teóricos y metodológicos pertinentes, los nuevos escenarios de la comunicación pública y los cambios socioculturales producidos por las nuevas tecnologías de la información en las prácticas de comunicación que inciden en el espacio público.
- Conocerá y comprenderá los diferentes lenguajes verbales y no verbales, icónicos, etcétera, de la comunicación pública, sus sintaxis, sus modos de producir sentido y sus prácticas comunicativas, en el marco de su contexto socio histórico y cultural.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

- Analizará el proceso histórico de los medios y de la conformación de la esfera pública, sus consecuencias y sus usos a partir de su contexto sociocultural.
- Conocerá las lógicas de producción y el funcionamiento técnico-operativo de los diferentes medios de comunicación en su interacción con las instituciones, organizaciones y actores que intervienen en la construcción del espacio público.
- Identificará los componentes comunicacionales y diagnosticará las problemáticas comunicativas que se presentan en los procesos de construcción del espacio público.
- Planeará diseñará, gestionará y evaluará sistemas, políticas, proyectos, procesos, programas, campañas y productos de comunicación pública en distintos ámbitos sociales.
- Desarrollará procesos de gestión, negociación y relaciones públicas en instituciones, organizaciones y grupos que intervienen en el campo de la comunicación pública.
- Dominará el idioma español para elaborar, transmitir y comunicar con eficiencia mensajes –orales y escritos- orientados a públicos diversos; además desarrollará la capacidad para leer y comprender textos del idioma inglés.
- Fomentará una actitud de liderazgo, reflexiva, crítica e innovadora frente al ejercicio de la comunicación pública, basada en la colaboración, la tolerancia y el respeto hacia la diversidad y dignidad humanas, con una postura ética hacia su profesión y un alto compromiso con su comunidad.

➤ Perfil de egreso por orientación:

▪ Investigación de la comunicación:

- Diseñará y desarrollará proyectos de investigación en objetos de estudio de la Comunicación Pública.
- Elaborará estudios aplicados para la explicación de la problemática de la Comunicación Pública.
- Generará y desarrollará explicaciones teóricas-conceptuales de fenómenos y problemas de la Comunicación Pública.

▪ Intervención social para el cambio:





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

- Diseñará y desarrollará proyectos de intervención social en campos de la comunicación pública, como la comunicación para la salud, comunicación de crisis y en situaciones de riesgo.
- Explicará conceptualmente la problemática de la comunicación pública en procesos de cambio social.
- Comunicación Política:
 - Elaborará y desarrollará estudios de comportamiento político en los medios masivos de comunicación y en procesos de comunicación política.
 - Desarrollará metodologías para observatorios y seguimiento de medios en distintos contextos políticos y sociales.
 - Asesorará procesos de mercadotecnia política y social a individuos, instituciones, grupos y movimientos sociales.
- Comunicación Educativa:
 - Explicará conceptualmente la problemática de la educación especialmente informal y no formal en procesos de comunicación pública.
 - Diseñará y desarrollará proyectos de comunicación educativa comunitarios, institucionales y sociales.
 - Asesorará y gestionará procesos de comunicación educativa en los ámbitos de la educación informal y no formal.

En virtud de los resultados antes expuestos, estas Comisiones Conjuntas de Educación y Hacienda encuentran elementos justificativos que acreditan la existencia a las necesidades referidas.

Considerandos

1. Que la Universidad de Guadalajara es una institución de educación superior reconocida oficialmente por el Gobierno de la República, habiendo sido creada en virtud del Decreto número 2721 de H. Congreso del Estado de Jalisco, de fecha 7 de septiembre de 1925, lo que posibilitó la promulgación de la primera Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara el día 25 del mismo mes y año.





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

- II. Que la Universidad de Guadalajara es un organismo descentralizado del Gobierno del Estado, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo local del día 15 de enero de 1994, en ejecución del Decreto número 15319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- III. Que como lo señalan las fracciones I, II y IV del artículo 5º de la Ley Orgánica de la Universidad, en vigor, son fines de esta Casa de Estudios, la formación y actualización de los técnicos, bachilleres, técnicos profesionales, profesionistas, graduados y demás recursos humanos que requiere el desarrollo socio-económico del Estado; organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; y coadyuvar con las autoridades educativas competentes en la orientación y promoción de la educación media superior y superior, así como en el desarrollo de la ciencia y la tecnología.
- IV. Que es atribución de la Universidad, realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3º de la Constitución Federal, así como la de establecer las aportaciones de cooperación y recuperación por los servicios que presta, tal y como se estipula en las fracciones III y XII del artículo 6º de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara.
- V. Que conforme lo dispone la fracción VII del artículo 21º de la Ley Orgánica citada son obligaciones de los alumnos cooperar mediante sus aportaciones económicas, al mejoramiento de la Universidad, para que ésta pueda cumplir con mayor amplitud su misión.
- VI. Que de acuerdo con el artículo 22º de su Ley Orgánica, la Universidad de Guadalajara adoptará el modelo de Red para organizar sus actividades académicas y administrativas.
- VII. Que en el marco previsto por la fracción IV del artículo 52º de la Ley Orgánica y en congruencia, la fracción I del artículo 116º del Estatuto General de la Universidad de Guadalajara, corresponde a los Consejos de Centro Universitario aprobar los planes de estudio y programas de docencia, investigación, difusión y servicio social del Centro, de acuerdo con los lineamientos generales aplicables; así como dictar normas y disposiciones particulares sobre la creación, transformación y supresión de programas para la formación de profesionales medios, profesionistas y graduados respectivamente.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

- VIII. Que es atribución del Consejo General Universitario conforme lo establece el artículo 31 fracción VI de la Ley Orgánica y el artículo 39 fracción I del Estatuto General, crear, suprimir o modificar carreras y programas de posgrado y promover iniciativas y estrategias para poner en marcha nuevas carreras y posgrados.
- IX. Que como lo establece el artículo 35 fracción X de la Ley Orgánica y el artículo 95 fracción IV del Estatuto General, es atribución del Rector General promover todo lo que contribuya al mejoramiento académico, administrativo y patrimonial de la Universidad así como proponer ante el Consejo General Universitario proyectos para la creación, modificación o supresión de planes y programas académicos.
- X. Que conforme lo previsto en el artículo 27 de la Ley Orgánica el H. Consejo General Universitario, funcionará en pleno o por comisiones.
- XI. Que es atribución de la Comisión de Educación, conocer y dictaminar acerca de las propuestas de los Consejeros, el Rector General, o de los Titulares de los Centros, Divisiones y Escuelas, así como proponer las medidas necesarias para el mejoramiento de los sistemas educativos, los criterios de innovaciones pedagógicas, la administración académica y las reformas de las que estén en vigor, conforme lo establece el artículo 85 fracciones I y III del Estatuto General.

Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en los artículos 1o, 5o, fracciones I y II, 6o, fracción III y XII, 21o, fracción VII y último párrafo, 27o, 31o, fracción VI y 35o, fracciones I y X de la Ley Orgánica, 39 fracción II, IV, 84 fracción I, II, 85 fracción I, IV, V, y 86 fracción IV del Estatuto General de la Universidad de Guadalajara, nos permitimos proponer los siguientes:

RESOLUTIVOS

PRIMERO. Se aprueba la creación del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública, para operar bajo el sistema de créditos, en la modalidad escolarizada, en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, a partir del ciclo escolar **2007 "A"**.

SEGUNDO. El plan de estudios contiene áreas determinadas, con un valor de créditos asignados a cada materia y un valor global de acuerdo a los requerimientos establecidos por área para ser cubiertos por los alumnos y se organiza conforme a la siguiente estructura:

Áreas de Formación	Créditos	%
Área de Formación Básica Común Obligatoria	84	20
Área de Formación Básica Particular Obligatoria	182	43
Área de Formación Especializante Obligatoria	68	16
Área de Formación Especializante Selectiva	26	6





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Área de Formación Optativa Abierta	50	12
Práctica Profesional en Comunicación Pública	4	1
Constancia de Servicio Social	10	2
Número de créditos requeridos para optar por el título:	424	100

TERCERO.- La lista de asignaturas correspondiente a cada área es como se describe enseguida:

ÁREA DE FORMACIÓN BÁSICA COMÚN OBLIGATORIA

Materias	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisito
Comunicación Oral	T	20	40	60	6	
Comunicación Escrita	T	20	40	60	6	
Fundamentos de análisis literario	CT	40	20	60	6	
Lengua Extranjera I	CT	40	20	60	6	
Lengua Extranjera II	CT	40	20	60	6	
Lengua Extranjera III	CT	40	20	60	6	
Lengua Extranjera IV	CT	40	20	60	6	
Lengua Extranjera V	CT	40	20	60	6	
Lógica y Retórica	C	60	0	60	8	
Ética de la comunicación	C	60	0	60	8	
Problemas socioeconómicos y políticos de México	C	60	0	60	8	
Estadísticas Descriptiva	CT	40	20	60	6	
Estadística Inferencial Paramétrica	CT	40	20	60	6	
Totales:		540	240	780	84	

ÁREA DE FORMACIÓN BÁSICA PARTICULAR OBLIGATORIA

Materias	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Redacción de documentos de Comunicación Pública	T	20	40	60	6	
Comunicación Interpersonal	C	60	0	60	8	
Teoría Social (Sociedad)	C	60	0	60	8	
Teoría Social (Política)	C	60	0	60	8	
Teoría Social (Cultura)	C	60	0	60	8	
Teorías de la Globalización	C	60	0	60	8	
Teorías de la Comunicación (modelos)	C	60	0	60	8	
Teorías de la comunicación masiva	C	60	0	60	8	
Teorías de la comunicación pública	C	60	0	60	8	
Economía política de la información y	C	60	0	60	8	





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

la comunicación						
Opinión Pública	C	60	0	60	8	
Legislación internacional y nacional de medios	C	60	0	60	8	
Sociedad de la información y nuevas tecnologías	C	60	0	60	8	
Técnicas de encuesta	CT	40	20	60	6	
Métodos cualitativos de investigación	CT	40	20	60	6	
Investigación documental y electrónica	T	20	40	60	6	
Lenguajes y lógicas de la producción periodística	CT	40	20	60	6	
Investigación periodística	CT	40	20	60	6	
Lenguajes y lógicas de producción audiovisual	CT	40	20	60	6	
Gestión Estratégica	C	60	0	60	8	
Relaciones Públicas	CT	40	20	60	6	
Mercadotecnia Social y Política	CT	40	20	60	6	
Teorías de la Organización	C	40	20	60	6	
Prospectiva y Teoría de los Escenarios	CT	40	20	60	6	
Teorías del Liderazgo y Habilidades Directivas	CT	40	20	60	6	
Modelos de Planeación	CT	40	20	60	6	
Totales:		1260	300	1560	182	

ÁREA DE FORMACIÓN ESPECIALIZANTE OBLIGATORIA

Materias	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisito
Comunicación Política	C	60	0	60	8	
Comunicación Institucional	C	60	0	60	8	
Los medios de comunicación en México	CT	40	20	60	6	
Los medios de comunicación en Jalisco	CT	40	20	60	6	
Desarrollo de proyectos de comunicación pública I	CT	40	20	60	6	
Desarrollo de proyectos de comunicación pública II	CT	40	20	60	6	
Seminario de Titulación	CT	40	20	60	6	
Laboratorio de Lenguaje Multimedia	L	0	60	60	4	
Taller de Gestión y Producción Audiovisual	T	20	40	60	6	
Auditoría de la Comunicación	CT	40	20	60	6	
Diseño y Evaluación de Campañas	CT	40	20	60	6	





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Públicas						
Totales:		420	240	660	68	

ÁREA DE FORMACIÓN ESPECIALIZANTE SELECTIVA

Orientación en Investigación de la Comunicación Pública

Materias	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Paradigmas Teóricos de la Comunicación Pública	C	60	0	60	8	
Metodología y técnicas avanzadas de la investigación en comunicación pública	CT	40	20	60	6	
Estudios de casos en investigación de la comunicación pública	T	20	40	60	6	
Diseño de proyectos de investigación en Comunicación Pública	CT	40	20	60	6	
Totales:		160	80	240	26	

Orientación en Intervención para el cambio social

Materias	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Comunicación para el cambio social	C	60	0	60	8	
Comunicación de Riesgo	CT	40	20	60	6	
Comunicación para la Salud	CT	40	20	60	6	
Diseño de proyectos en Intervención social	CT	40	20	60	6	
Totales:		180	60	240	26	

Orientación en Comunicación Política

Materias	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Comportamiento político ciudadano	C	60	0	60	8	
Métodos y técnicas del cabildeo	CT	40	20	60	6	
Demoscopia de medios	T	20	40	60	6	
Diseño de proyectos de mercadotecnia política	CT	40	20	60	6	
Totales:		152	80	240	26	

Orientación en Comunicación Educativa

Materias	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Modelos Educativos		60	0	60	8	





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Contemporáneos no formales	C					
Comunicación alternativa y educación no formal	CT	40	20	60	6	
Nuevas tecnologías de la Comunicación y la Información	T	20	40	60	6	
Desarrollo de proyectos de comunicación educativa	CT	40	20	60	6	
Totales:		160	80	240	26	

* El alumno deberá cursar las materias de una orientación que le permitan obtener un mínimo de 26 créditos.

ÁREA DE FORMACIÓN OPTATIVA ABIERTA

Materias	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Estética	C	60	0	60	8	
Comunicación y cambio social	C	60	0	60	8	
Comunicación Educativa	CT	40	20	60	6	
Comunicación Intercultural	CT	40	20	60	6	
Sociolingüística	CT	40	20	60	6	
Estudios sobre Televisión	C	60	0	60	8	
Estudios de Recepción	C	60	0	60	8	
Estudios de la Emisión	C	60	0	60	8	
Estadística inferencial no paramétrica	CT	40	20	60	6	
Estadística multivariada	CT	40	20	60	6	
Idioma I	CT	40	20	60	6	
Idioma II	CT	40	20	60	6	
Idioma III	CT	40	20	60	6	
Idioma IV	CT	40	20	60	6	
Idioma V	CT	40	20	60	6	
Fundamentos del Diseño Gráfico	CT	40	20	60	6	
Fundamentos de Informática	L	0	60	60	4	
Programación y Presupuestación	CT	40	20	60	6	
Paquetes computacionales	L	0	60	60	4	
Comunicación, Sociedad y Política	C	60	0	60	8	
Técnicas etnográficas	CT	40	20	60	6	
Técnicas de indagación con grupos	CT	40	20	60	6	
Gestión y Políticas Públicas	C	60	0	60	8	
Desarrollo Organizacional	CT	40	20	60	6	
Formación de públicos	C	60	0	60	8	
Comunicación y Desarrollo	C	60	0	60	8	

AV. JUÁREZ No. 976, Piso 11, S. J. C.P. 44100
 TELS. DIRECTOS 3134-2243, 3134-2273,
 COMPUTADOR 3825-8888, EXT. 2243, 2428, 2422
 FAX. 3134-2278 y 79
 GUADALAJARA, JALISCO, MÉXICO.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Análisis Institucional e Imagen Corporativa	CT	40	20	60	6	
Ciberperiodismo	CT	40	20	60	6	
Historia Social del Periodismo en México	C	60	0	60	8	
Géneros Periodísticos	CT	40	20	60	6	
Gestión de redes de información	CT	40	20	60	6	
Publicidad Social	CT	40	20	60	6	
Propiedad Intelectual I: Protección del Conocimiento y las Innovaciones	CT	30	50	80	7	
Propiedad Intelectual II: Instituciones, Competencias y Procedimientos para la Protección de la Propiedad Intelectual	CT	36	50	86	8	

CUARTO. Además del bloque de cursos presentado será válido en este programa en equivalencia a cualquiera de las áreas de Formación, cursos que a juicio y con aprobación del Comité Consultivo de la Carrera, tomen los estudiantes en este y de otros Centros Universitarios de la Universidad de Guadalajara, y en otras Instituciones de Educación Superior Nacionales y Extranjeras, para favorecer la movilidad estudiantil y la internacionalización de los planes de estudio.

QUINTO. Para la planeación de su carrera el alumno contará con el apoyo de tutoría académica, la cual es un proceso de acompañamiento en su formación profesional.

SEXTO. Los mecanismos de ingreso y permanencia se regirán por la legislación vigente de la Universidad de Guadalajara.

SÉPTIMO. Los requisitos de ingreso a la Licenciatura en Comunicación Pública son: contar con estudios concluidos de bachillerato y los demás que marque la legislación vigente de la Universidad de Guadalajara. Los periodos de preinscripción e inscripción serán los que establezca el Órgano Universitario responsable de ello.

OCTAVO. Los aspectos relativos al servicio social, están supeditados a lo establecido por la legislación universitaria aplicable. Se recomendará a las instancias encargadas de la administración que el servicio social se asigne acorde al área de formación académica del alumno.

NOVENO. La administración del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública, se regirá por los siguientes criterios:

1. El número de créditos mínimos para obtener el título de Licenciado en Comunicación Pública, son 424, de los cuales 410 se obtienen por acreditación de las asignaturas, 10 por el servicio social terminado, y 4 por prácticas profesionales.





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

- II. Los alumnos deberán cubrir el mínimo de créditos especificado para cada área de formación.
- III. El área de formación básica particular obligatoria se acredita con el total de materias y sus créditos correspondientes.
- IV. Existen cuatro orientaciones especializantes, de las cuales el alumno deberá cursar las materias de una orientación que le permitan obtener un mínimo de 26 créditos. Las orientaciones (Investigación de la Comunicación Pública, Intervención para el cambio social, Comunicación Política, Comunicación Educativa) serán ofertadas de acuerdo con los recursos materiales y humanos del Departamento de Estudios de la Comunicación Social y de un mínimo de 5 estudiantes por orientación.
- V. El área optativa abierta se acredita con un mínimo de 50 créditos a partir del tercer ciclo escolar.
- VI. La práctica profesional es concebida como un requisito indispensable de formación. Para los alumnos que cursen la licenciatura en Comunicación Pública tiene carácter de obligatorio y es una actividad complementaria al plan de estudios con el registro correspondiente de 4 créditos.

DÉCIMO. Los mínimos y máximos de créditos de cada periodo; de acuerdo con el Reglamento General de Planes de Estudio, los alumnos podrán cursar en cada ciclo escolar 30 créditos como mínimo y 90 como máximo.

DÉCIMO PRIMERO. La licenciatura se cursará en un mínimo de siete semestres y en un máximo de diez.

DÉCIMO SEGUNDO. El nuevo plan de estudio se implementará una vez sea aprobado por los respectivos órganos de gobierno.

DÉCIMO TERCERO. Las modalidades de titulación por las que podrá optar el estudiante de la Licenciatura en Comunicación Pública, se establecen de acuerdo con las modalidades siguientes contenidas en el artículo 8 del Reglamento General de Titulación de la Universidad de Guadalajara.

- I. Desempeño académico sobresaliente;
- II. Exámenes;
- III. Producción de materiales educativos;
- IV. Investigación y estudios de posgrado;
- V. Tesis, tesina e informes.





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

DÉCIMO CUARTO. Los estudiantes de la licenciatura en Comunicación Pública deberán iniciar a prestar el servicio social correspondiente cuando hayan acreditado como mínimo el 70% de los créditos necesarios para obtener el grado.

DÉCIMO QUINTO. Perfil de Ingreso: El aspirante a la licenciatura en Comunicación Pública debe mostrar:

- Habilidades para la expresión verbal y escrita, así como para la lectura de comprensión.
- Interés por la indagación y búsqueda de información con una apertura permanente al cambio.
- Interés e inquietud por conocer y manejar los fenómenos comunicacionales con actitud de servicio a la comunidad.
- Capacidad de pensamiento abstracto que le permita analizar y sintetizar información especializada del campo de la comunicación.
- Capacidad creativa que le facilite imaginar e intervenir en nuevos escenarios de la comunicación.
- Capacidad para la lectura de comprensión del idioma inglés.

DÉCIMO SEXTO. Los requisitos para obtener el título de Licenciado en Comunicación Pública, además de los establecidos por la normatividad universitaria aplicable, son:

- a) Haber aprobado un mínimo de 410 créditos en la forma indicada para cada área de formación;
- b) Cumplir con el servicio social estipulado por la Normatividad Universitaria;
- c) Cumplir con un mínimo de 60 horas de prácticas profesionales;
- d) Aprobar la modalidad de titulación correspondiente;
- e) Realizar los trámites para el proceso de titulación conforme el reglamento correspondiente de la Universidad de Guadalajara.

DÉCIMO SÉPTIMO. Debido a que se trata de un programa de nueva creación se requiere para su operación de recursos pedagógicos y didácticos, infraestructura básica para laboratorios, talleres de producción mediática e informática, aulas y áreas administrativas y académicas para el profesorado.





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

DÉCIMO OCTAVO. Con el objeto de evaluar periódicamente el plan de estudios de la licenciatura en Comunicación Pública se conformará un comité técnico que desarrolle trabajos de monitoreo, seguimiento y evaluación del programa curricular.

DÉCIMO NOVENO. Los certificados se expedirán como: Licenciatura en Comunicación Pública. El título y la cédula profesional como Licenciado en Comunicación Pública.

VIGÉSIMO. El costo de este programa educativo será cargado al techo presupuestal que tiene autorizado el Centro Universitario.

VIGÉSIMO PRIMERO. Facúltese al Rector General para que se ejecute el presente dictamen en los términos del Artículo 35° fracción II de la Ley Orgánica Universitaria.

Atentamente

"PIENSA Y TRABAJA"

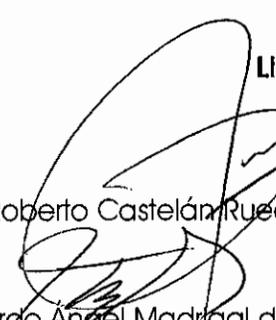
"2006. Año del Bicentenario del natalicio del Benemérito de las Américas.

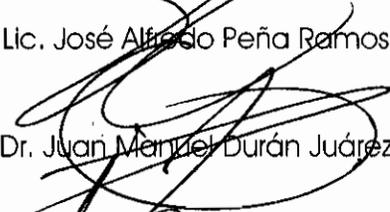
Don Benito Juárez García"

Guadalajara, Jalisco, 10 de octubre de 2006

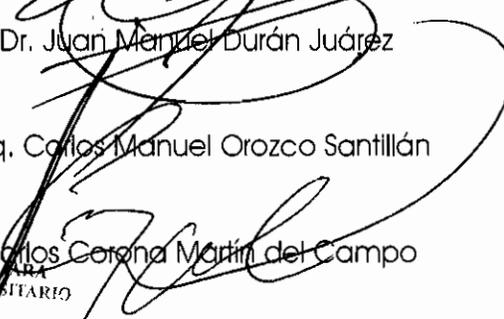
Comisiones Conjuntas de Educación y Hacienda


Lic. José Trinidad Padilla López
Presidente

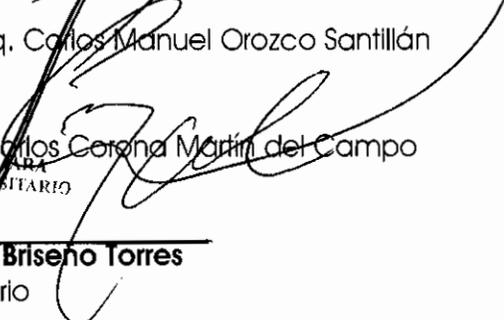

Dr. Roberto Castelán Rueda


Lic. José Alfredo Peña Ramos


Dr. Eduardo Ángel Madrigal de León


Dr. Juan Manuel Durán Juárez


Mtro. Carlos Curiel Gutiérrez


Arq. Carlos Manuel Orozco Santillán


Néstor Francisco Martín


Carlos Corona Martín del Campo


Mtro. Carlos Jorge Briseño Torres
Secretario

AV. JUÁREZ No. 976. Piso 11, S. J. C.P. 44100
TELS. DIRECTOS 3134-2243, 3134-2273,
CONMUTADOR 3825-8888. EXT. 2243, 2428, 2422
FAX. 3134-2278 y 79
GUADALAJARA, JALISCO, MÉXICO.