



Universidad Autónoma de Nuevo León

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**Modalidad escolarizada
Plan 402**





Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Plan de estudios 402

Término de vigencia: enero 2025¹

Datos de identificación

Nombre del programa educativo: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Modalidad: Escolarizada

Duración: 9 semestres

Tipo de período académico: Semestral

Doble titulación/doble grado: No aplica

Vigencia: 6 de agosto de 2012

Fecha de aprobación por el H. Consejo Universitario: 17 de agosto de 2012

Perfil de egreso

a) Propósito:

Formar Licenciados en Ciencias de la Comunicación capaces de analizar su contexto desde lo local hasta lo global para generar propuestas de comunicación en las áreas de medios masivos y redes mediáticas, desarrollo organizacional, mercadotecnia, difusión cultural, científica y social tanto en instituciones públicas como privadas, con criterios de calidad, ética y desarrollo sustentable, con base en los conocimientos científicos para una mejor comprensión de su entorno que le permita la toma adecuada de decisiones para la solución de problemas de comunicación en la sociedad.

b) Competencias del perfil de egreso

i. Competencias generales

Competencias instrumentales

1. Aplicar estrategias de aprendizaje autónomo en los diferentes niveles y campos del conocimiento que le permitan la toma de decisiones oportunas y pertinentes en los ámbitos personal, académico y profesional.
2. Utilizar los lenguajes lógico, formal, matemático, icónico, verbal y no verbal de acuerdo a su etapa de vida, para comprender, interpretar y expresar ideas, sentimientos, teorías y corrientes de pensamiento con un enfoque ecuménico.
3. Manejar las tecnologías de la información y la comunicación como herramienta para el acceso a la información y su transformación en conocimiento, así como para el aprendizaje

¹ Este plan de estudio concluyó su vigencia, ya no se oferta para nuevo ingreso. La última generación ingresó en el periodo de enero-junio de 2025.

y trabajo colaborativo con técnicas de vanguardia que le permitan su participación constructiva en la sociedad.

4. Dominar su lengua materna en forma oral y escrita con corrección, relevancia, oportunidad y ética adaptando su mensaje a la situación o contexto, para la transmisión de ideas y hallazgos científicos.
5. Emplear pensamiento lógico, crítico, creativo y propositivo para analizar fenómenos naturales y sociales que le permitan tomar decisiones pertinentes en su ámbito de influencia con responsabilidad social.
6. Utilizar un segundo idioma, preferentemente el inglés, con claridad y corrección para comunicarse en contextos cotidianos, académicos, profesionales y científicos.
7. Elaborar propuestas académicas y profesionales inter, multi y transdisciplinarias de acuerdo a las mejores prácticas mundiales para fomentar y consolidar el trabajo colaborativo.
8. Utilizar los métodos y técnicas de investigación tradicionales y de vanguardia para el desarrollo de su trabajo académico, el ejercicio de su profesión y la generación de conocimientos.

Competencias personales y de interacción social

9. Mantener una actitud de compromiso y respeto hacia la diversidad de prácticas sociales y culturales que reafirman el principio de integración en el contexto local, nacional e internacional con la finalidad de promover ambientes de convivencia pacífica.
10. Intervenir frente a los retos de la sociedad contemporánea en lo local y global con actitud crítica y compromiso humano, académico y profesional para contribuir a consolidar el bienestar general y el desarrollo sustentable.
11. Practicar los valores promovidos por la UANL: verdad, equidad, honestidad, libertad, solidaridad, respeto a la vida y a los demás, paz, respeto a la naturaleza, integridad, comportamiento ético y justicia, en su ámbito personal y profesional para contribuir a construir una sociedad sustentable.

Competencias integradoras

12. Construir propuestas innovadoras basadas en la comprensión holística de la realidad para contribuir a superar los retos del ambiente global interdependiente.
13. Asumir el liderazgo comprometido con las necesidades sociales y profesionales para promover el cambio social pertinente.
14. Resolver conflictos personales y sociales, de conformidad a técnicas específicas en el ámbito académico y de su profesión para la adecuada toma de decisiones.
15. Lograr la adaptabilidad que requieren los ambientes sociales y profesionales de incertidumbre de nuestra época para crear mejores condiciones de vida.

Competencias específicas:

Competencias específicas	
No.	Declaración
1.	Implementar programas culturales, educativos, informativos, de difusión y entretenimiento para radio, televisión, prensa, cine y multimedia tanto en medios públicos, como privados; con apego a



UANL

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

	las leyes y reglamentos relacionados con la disciplina para proporcionar a los diferentes tipos de audiencia mensajes de calidad que les permita: una mejor comprensión del entorno, una toma de decisiones fundamentada en información y un sano entretenimiento.
2.	Gestionar campañas de publicidad y comunicación social mediante el uso óptimo de las tecnologías de comunicación e información para la difusión de mensajes a públicos externos en empresas, sector público e instituciones civiles y culturales.
3.	Diseñar materiales audiovisuales como apoyo a la capacitación y formación del recurso humano de empresas e instituciones públicas y privadas, con base en los nuevos paradigmas de educación y del análisis del contexto, para el desarrollo de las competencias laborales y profesionales de los trabajadores de manera que contribuyan al crecimiento, productividad y sustentabilidad de las instituciones, empresas y de la sociedad.
4.	Producir mensajes orales, escritos y audiovisuales en lengua materna y extranjera con base en la detección oportuna de necesidades para la mejora de los procesos de comunicación interna y externa en empresas, instituciones, organismos y dependencias gubernamentales.
5.	Resolver problemas derivados de procesos de comunicación a partir de investigaciones sustentadas en el método científico, con base en las teorías y conceptos de la disciplina y áreas afines, para la toma de decisiones que permitan un funcionamiento y desarrollo de calidad de empresas, gobierno, instituciones y organismos diversos.
6.	Diseñar estrategias de comunicación integral de mercadotecnia que contribuyan al cumplimiento de los objetivos organizacionales en empresas e instituciones públicas y privadas, para satisfacer los requerimientos de promoción y difusión de los productos y servicios que ofrecen a la sociedad; apegados a la ética de la profesión, proporcionando una información oportuna, certera y adecuada de dichos productos y servicios a los diferentes públicos.

Campo laboral:

Campo laboral	
Campo	Descripción de tareas
Instituciones educativas públicas y privadas como: universidades, escuelas y centros de capacitación empresariales.	Docentes e investigadores en el área de Ciencias de la Comunicación. Capacitadores de personal.
Periodismo: medios impresos, electrónicos e hipermedia.	Editores. Redactores. Productores. Periodistas. Escritores. Diseño digital para publicaciones.
Mercadotecnia: Agencias de Publicidad, Departamentos de Mercadotecnia en empresas y organismos públicos.	Investigación de mercados. Planes de estrategias de ventas. Diseño de campañas publicitarias. Exportación de productos.



UANL

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Publicidad comercial y social en iniciativa privada y oficinas gubernamentales.	Diseño e implementación de campañas publicitarias. Planeación de campañas. Diseño de campañas políticas. Diseño y maquetación de empaques. Diseño de marcas y logotipos.
Comunicación organizacional en empresas, instituciones y sector público.	Aplicación de programas de relaciones públicas. Administración de personal. Relaciones humanas dentro de la organización. Diseño de manuales de identidad empresarial. Manejo de grupos organizacionales. Desarrollo humano. Solución de conflictos y situaciones de crisis en las organizaciones.

Requisitos de egreso:

- **Académicos:**
 - Cumplir con los 198 créditos totales del programa educativo.
 - Tiempo mínimo 9 semestres y tiempo máximo 18 semestres.
 - Haber cumplido con el Servicio Social obligatorio.
 - Demostrar la competencia en el dominio de un segundo idioma, además del español.
- **Legales:**
 - Los que establezca la normatividad y procedimientos vigentes de la UANL.
- **Específicos del programa:**
 - El estudiante solicitará se le asignen docentes para el protocolo de titulación en el que se lee el acta de titulación con firma de tres sinodales, se le toma juramento al egresado y se lee el Credo del universitario. Posteriormente, el egresado recoge las actas firmadas para realizar los trámites del título en la Dirección del Departamento Escolar y de Archivo.



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Plan de estudios: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

PRIMER SEMESTRE	C
Teoría de la comunicación	4
Comunicación interpersonal	4
Literatura y comunicación	4
Introducción a los medios	3
Formación de la sociedad mexicana	3
Aplicación de las tecnologías de información	2
Competencia comunicativa	2
Total	22
SEGUNDO SEMESTRE	C
Comunicación masiva	3
Psicología social	3
Lingüística	3
Fotografía	3
Optativa ACFBP I	4
Optativa ACFBP II	4
Apreciación a las artes	2
Total	22
TERCER SEMESTRE	C
Estadística	3
Administración	3
Semiótica	3
Recursos digitales	3
Optativa ACFBP III	4
Optativa ACFBP IV	4
Tópicos selectos de ciencias sociales, artes y humanidades	2
Total	22
CUARTO SEMESTRE	C
Opinión pública	3
Metodología de la investigación aplicada a la comunicación	4
Redacción aplicada	3
Lenguaje del cine	3
Producción para radio y televisión	4
Legislación de medios y telecomunicaciones	3
Ambiente y sustentabilidad	2
Total	22
QUINTO SEMESTRE	C
Introducción al periodismo	3
Publicidad comercial	3
Mercadotecnia	3
Planeación estratégica de relaciones públicas	3
Optativa ACFP I	4
Optativa ACFP II	4

Contexto social de la profesión		2
	Total	22
SEXTO SEMESTRE		C
Redacción de géneros de información		3
Imagen e identidad corporativa		3
Estrategias de mercadotecnia aplicada		3
Comunicación organizacional		3
Optativa ACFP III		4
Optativa ACFP IV		4
Proyectos de investigación en comunicación		2
	Total	22
SÉPTIMO SEMESTRE		C
Periodismo multimedia		3
Psicología de la publicidad		3
Sistema de inteligencia de mercados		3
Seminario de comunicación		3
Optativa ACFBP V		4
Análisis periodístico		2
Tópicos selectos de lenguas y culturas extranjeras		2
Tópicos selectos de desarrollo humano, salud y deportes		2
	Total	22
OCTAVO SEMESTRE		C
Servicio social		16
Desarrollo de campañas publicitarias		2
Mercadotecnia internacional		2
Ética, sociedad y profesión		2
	Total	22
NOVENO SEMESTRE		C
Tópicos selectos para el desarrollo académico y profesional		2
Libre elección		20
	Total	22
	Total del PE	198

Simbología

PE: Programa educativo

C: Créditos



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Unidades de aprendizaje optativas: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Actions below the line

Antropología social

Autocuidado y estilos de vida saludable

Brigadas de emergencia

Capital humano

Ciber periodismo

Competencia comunicativa en inglés

Comprensión auditiva y producción oral en inglés

Comprensión de textos y producción escrita en inglés

Comunicación e innovación

Comunicación educativa

Comunicación intercultural

Comunicación y estudios culturales

Costos, precios y logística

Cultura alemana

Cultura de calidad

Cultura inglesa

Cultura regional

Culturas indígenas mexicanas

Cursos de área profesional

Derechos humanos

Desarrollo humano y competitividad profesional

Desarrollo organizacional

Diseño e imagen de la marca

Economía

Educación continua

Educación física

Emprendedor competitivo

Equidad de género

Estancias académicas

Estancias de investigación

Estrategias de aprendizaje autónomo de lenguas

Estrategias de negociación

Estrategias de productos y posicionamiento

Filosofía, ciencia y conocimiento

Formación de emprendedores

Gestión de negocios

Habilidades cognitivas

Introducción al comercio electrónico

Lectura, lenguaje y expresión escrita

Literatura contemporánea

Matemáticas

Metodología científica

Métodos alternos de solución de controversias

Movilidad académica

Organización de eventos

Panorama internacional

Pensamiento creativo

Periodismo especializado

Periodismo radiofónico y televisivo

Prácticas profesionales

Problemas contemporáneos

Producción de guiones

Propiedad intelectual y sus aplicaciones

Proyectos de investigación

Proyectos de vinculación profesional

Psicología y desarrollo profesional

Publicidad interactiva y redes sociales

Redacción de géneros de opinión

Régimen legal de la publicidad

Seguridad en las organizaciones

Seminario de expresión oral

Semiótica de la imagen

1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre	5º semestre	6º semestre	7º semestre	8º semestre	9º semestre
ACFBP 4C Teoría de la comunicación Ob	ACFBP 3C Comunicación masiva Ob	ACFBP 3C Estadística Ob	ACFBP 3C Opinión pública Ob	ACFP 3C Introducción al periodismo Ob	ACFP 3C Redacción de géneros de información Ob	ACFP 3C Periodismo multimedia Ob	Servicio social 16C Ob	ACFGU 2C Tópicos selectos para el desarrollo académico y profesional Op
ACFBP 4C Comunicación interpersonal Ob	ACFBP 3C Psicología social Ob	ACFBP 3C Administración Ob	ACFBP 4C Metodología de la investigación aplicada a la comunicación Ob	ACFP 3C Publicidad comercial Ob	ACFP 3C Imagen e identidad corporativa Ob	ACFP 3C Psicología de la publicidad Ob	ACFP 2C Desarrollo de campañas publicitarias Ob	ACLE 20C Libre elección Op
ACFBP 4C Literatura y comunicación Ob	ACFBP 3C Lingüística Ob	ACFBP 3C Semiótica Ob	ACFBP 3C Redacción aplicada Ob	ACFP 3C Mercadotecnia Ob	ACFP 3C Estrategias de mercadotecnia aplicada Ob	ACFP 3C Sistema de inteligencia de mercados Ob	ACFP 2C Mercadotecnia internacional Ob	
ACFBP 3C Introducción a los medios Ob	ACFBP 3C Fotografía Ob	ACFBP 3C Recursos digitales Ob	ACFBP 3C Lenguaje del cine Op	ACFP 3C Planeación estratégica de relaciones públicas Ob	ACFP 3C Comunicación organizacional Ob	ACFP 3C Seminario de comunicación Ob	ACFGU 2C Ética, sociedad y profesión Ob	
ACFBP 3C Formación de la sociedad mexicana Ob	ACFBP 4C Optativa ACFBP I Op	ACFBP 4C Optativa ACFBP III Op	ACFBP 4C Producción para radio y televisión Ob	ACFP 4C Optativa ACFPI Op	ACFP 4C Optativa ACFP III Op	ACFP 4C Optativa ACFBP V Op		
ACFGU 2C Aplicación de las tecnologías de formación Ob	ACFBP 4C Optativa ACFBP II Op	ACFBP 4C Optativa ACFBP IV Op	ACFBP 3C Legislación de medios y telecomunicaciones Ob	ACFP 4C Optativa ACFPII Op	ACFP 4C Optativa ACFP IV Op	ACFP 2C Análisis periodístico Ob		
ACFGU 2C Competencia comunicativa Ob	ACFGU 2C Apreciación a las artes Ob	ACFGU 4C Tópicos selectos de ciencias sociales, artes y humanidades Op	ACFGU 2C Ambiente y sustentabilidad Ob	ACFGU 2C Contexto social de la profesión Ob	ACFP 2C Proyectos de investigación en comunicación Ob	ACFGU 2C Tópicos selectos de lenguas y culturas extranjeras Op		
								ACFGU 2C Tópicos selectos de desarrollo humano, salud y deportes Op
22C	22C	22C	22C	22C	22C	22C	22C	22C

Simbología

