LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Tabla de Equivalencias

PLAN DE ESTUDIOS 2016 (UNAM)	PLAN DE ESTUDIOS 2020 (UAEM)				
Unidades de Aprendizaje	Unidades de Aprendizaje	Semestre	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Total de Créditos
Teorías de la comunicación	Teorías de la comunicación (panorama)	1	3	2	8
Procesos y Medios de Comunicación en la Historia de México I (1320-1876)	Historia de los medios de comunicación (siglos XVI al XVIII)	1	3	2	8
Comprensión de textos y expresión oral	Transversal multimodal	1	1	4	6
Consulta de fuentes y lectura numérica del mundo	Métodos y técnicas de investigación	1	2	2	6
Sin equivalencia	Laboratorio de conducción y locución	1	2	2	6
Introducción al pensamiento social y político moderno	Sin equivalencia				
	Formación integral	1	0	2	2
	Tutoría	1	1	0	0
Teorías de la Comunicación II	Teorías de la comunicación (temas selectos)	2	3	2	8
Teorías de la Comunicación III					
Procesos y Medios de Comunicación en la Historia de México II (1877-2015)	Historia de los medios de comunicación (siglos XIX y XX)	2	3	2	8
Estado, sociedad y derecho	Ética y comunicación	2	3	2	8
Argumentación y expresión escrita	Transversal multimodal	2	1	4	6
Introducción a la investigación en ciencias sociales	Creatividad e innovación	2	2	2	6
Sin equivalencia	Laboratorio de comunicación comunitaria	2	2	2	6
	Formación integral	2	0	2	2
Economía	Economía y comunicación	3	3	2	8
Construcción histórica de México en el mundo I (1808-1946)	Problemas contemporáneos de México	3	3	2	8
Construcción histórica de México en el mundo II (a partir de 1947)					
Lenguaje, cultura y poder	Lenguaje, cultura y poder	3	3	2	8
Sin equivalencia	Transversal multimodal	3	1	4	6
Introducción al guion audiovisual	Guión audiovisual	3	2	2	6

Producción sonora I	Laboratorio de producción sonora	3	2	2	6
Producción sonora II					
	Formación integral	3	0	2	2
Análisis de las Organizaciones Públicas	Comunicación organizacional	4	3	2	8
Teorías y análisis del discurso	Teorías y análisis del discurso	4	3	2	8
Géneros Periodísticos Informativos	Géneros periodísticos informativos	4	3	2	8
Periodismo y lenguaje narrativo	Géneros literarios	4	3	2	8
Fotoperiodismo					
Análisis de la difusión de las imágenes en la producción audiovisual	Comunicación gráfica	4	3	2	8
Diseño y creación editorial de soportes impresos y digitales					
Diseño y desarrollo de proyectos en producción audiovisual					
Gestión y desarrollo de proyectos en producción audiovisual	Laboratorio de producción audiovisual	4	2	2	6
Producción de imagen en movimiento I					
Producción de imagen en movimiento II					
	Formación integral	4	0	2	2
	Tutoría	4	1	0	0
Estadística Aplicada a las Ciencias Sociales I	Estadística aplicada a la comunicación	5	3	2	8
Opinión Pública y Propaganda	Propaganda, opinión pública y audiencias	5	3	2	8
Géneros periodísticos interpretativos	Géneros periodísticos interpretativos	5	3	2	8
Fundamentos de mercadotecnia					
Investigación del mercado	Mercadotecnia digital	5	3	2	8
Análisis publicitario					
Campañas de publicidad	Comunicación publicitaria	5	3	2	8
Planeación estratégica de medios	Laboratorio de manejo de crisis	5	2	2	6
	Formación integral	5	0	2	2
Campañas de publicidad social	Comunicación política	6	3	2	8

Estudios sociales y culturales de la producción audiovisual	Geopolítica digital	6	3	2	8
Publicidad global e identidad nacional					
Periodismo especializado					
Géneros periodísticos de opinión	Géneros periodísticos de opinión	6	3	2	8
Periodismo multimedia	Ciberperiodismo y plataformas digitales	6	3	2	8
Corrección de originales	Edición de textos	6	3	2	8
Diseño y desarrollo de proyectos profesionales	Laboratorio de gestión de proyectos comunicativos	6	2	2	6
	Formación integral	6	0	2	2
Teorías de la Significación	Optativa	7	3	2	8
Teoría de la producción audiovisual	Optativa	7	3	2	8
Periodismo, ética y derechos humanos					
Antropología del consumo					
Investigación en Comunicación	Metodología de la investigación en ciencias sociales	7	2	2	6
Metodología de la investigación periodística					
Servicio social	Servicio social	7	0	*480	0
	Formación integral	7	0	2	2
	Tutoría	7	1	0	0
Planeación y gestión de empresas editoriales	Optativa	8	3	2	8
Psicología de la publicidad					
Marco jurídico de la publicidad	Optativa	8	3	2	8
Sin equivalencia	Seminario de titulación	8	2	2	6
Sin equivalencia	Prácticas profesionales	8	0	*480	0