

# UNIVERSIDAD DE SONORA



## DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES

### DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

#### PROPUESTA DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN 2004

#### Resumen Ejecutivo

##### Comisión Curricular:

M.A. Abelardo Domínguez Mejía  
M.E. Rosa Elena Trujillo Llanes  
C. Dr. Emilia Castillo Ochoa  
M.C. Aquiles Fuentes Fierro  
M.C. Catalina Soto Cota  
Lic. Lisset Araceli Oliveros Rodríguez  
Lic. Joaquín Andrés Félix Anduaga  
M.C. Ma. Jesús Romero Espinoza  
Lic. Manuela Matus Verdugo  
M.C. Zoila Pablos Lugo  
Lic. José Peralta Montoya  
Lic. Evaudelina Abril Soto

Lic. Patricia Fimbres Barceló (Asesor institucional)  
M.C. Claudio Carpio (Asesor externo UNAM)

Hermosillo, Sonora, Junio del 2004

**PLAN DE ESTUDIO DE LA LICENCIATURA EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN 2004  
(PECC 2004)**

**Presentación**

Este documento refleja el esfuerzo que la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación ha realizado durante muchos años con el propósito de mantener actualizado su plan de estudios, adecuando la labor académica tanto a los cambios que se operan en el seno mismo de la disciplina, como a las exigencias sociales que cada vez con mayor urgencia obligan a los profesionales a ofrecer respuestas efectivas a las necesidades y demandas sociales, derivada del análisis rigurosamente científico de su objeto de estudio.

Esta nueva propuesta pretende responder a los planteamientos internacionales, nacionales y locales sobre los cambios que deben operarse en las instituciones educativas para dar cuenta de los nuevos retos sociales, así como para integrar en el quehacer académico los avances disciplinarios más recientes, todo ello en beneficio de una mejor formación integral en el futuro profesionista.

**Metodología empleada en la estructuración de la propuesta**

El diseño del nuevo plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación se orientó en una perspectiva de trabajo interdisciplinario hacia la formación de profesionistas y científicos con habilidades, competencias, valores y actitudes que resulten en un ejercicio profesional crítico, inteligente, creativo y socialmente comprometido. En este tenor, se enfatiza el ejercicio en escenarios reales de desempeño profesional y la investigación como prácticas consustanciales a la formación en los espacios escolares de modo que se garantice un alto grado de transferibilidad de lo que en ellos se aprende hacia los escenarios reales de aplicación de los conocimientos, habilidades y competencias adquiridas.

La experiencia vivida en el proceso de reestructuración del Plan de Estudios de la escuela de Psicología en la misma Universidad de Sonora, justificó la viabilidad de retomar el diseño basado en competencias profesionales como la metodología apropiada para la reestructuración del plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Debe señalarse que esta metodología es congruente con los lineamientos derivados del Modelo educativo de la Universidad de Sonora, los cuales enfatizan la importancia de que los nuevos planes de estudio reúnan las siguientes características:

1. Procuren una formación básica sólida.
2. Posean flexibilidad en las rutas curriculares.
3. Estén centrados en el autoaprendizaje del alumno.
4. Estén comprometidos con la realidad social del país.
5. Se vinculen de manera clara con los sectores productivo y social.
6. Sean comprometidos con el estudiante
7. Incluyan modalidades no convencionales de enseñanza
8. Sean estructurados alrededor de cinco ejes formativos generales (común, básico, profesional, especializante e integrador).

Para cumplir con lo anterior, el diseño del Plan de Estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación se fundamentó en un modelo para el aprendizaje de competencias profesionales, a diferencia de aquél que se centra en la enseñanza de conocimientos disciplinarios. Al hacerlo así, se quiso privilegiar el sentido social de la actividad profesional del comunicólogo, en que lo importante es aprender a prevenir y resolver inteligentemente los problemas sociales, siempre con *vocación de servicio, humanismo y responsabilidad*.

En el caso específico del plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la comunicación, la metodología se aplicó como sigue:

1. Se partió primeramente de reconocer a las Ciencias de la Comunicación como un campo de estudio en construcción no acabada cuyo ejercicio en el ámbito profesional involucra la participación en todos aquellos problemas sociales en los que la comunicación constituye una dimensión relevante, esto incluye las modalidades entre individuos, grupos e instituciones.
2. Una vez definido el campo de estudio, se procedió a identificar diferentes áreas de bienestar y desarrollo social en las que la comunicación reviste esencial importancia para la vida en sociedad. Son áreas en las que tradicionalmente se desempeñan los comunicólogos o que incluso son áreas potenciales de desenvolvimiento profesional. Se identificaron seis áreas de desempeño profesional:
  - a. Política
  - b. Educación
  - c. Organizaciones
  - d. Producción en medios
  - e. Periodística
  - f. Cultura
3. Teniendo presentes estas áreas de desempeño profesional, se procedió a identificar *qué hace* un comunicólogo para atender los problemas que le conciernen en tanto tal. Para esto, fue necesario realizar un análisis de las prácticas profesionales, con el propósito de identificar algún cuerpo coherente que las comprendiera a manera de estrategia o algoritmo general de operación. Se concluyó que las estrategias generales de operación —o el *saber cómo*— del comunicólogo en todas las áreas de desempeño profesional son las siguientes:
  - a. Identificación de la dimensión comunicativa y sus factores en los procesos sociales,
  - b. Aplicación de técnicas y procedimientos para la detección de problemas en los procesos comunicativos,
  - c. Diagnóstico de problemas comunicativos,
  - d. Intervención planeada,
  - e. Producción de estrategias y productos comunicativos
  - f. Evaluación o contrastación de planes o acciones de intervención del comunicólogo, y
  - g. Investigación (empírica y conceptual) en relación con la comunicación.
4. Habiendo definido las estrategias generales de operación ante la problemática de las diferentes áreas de desempeño profesional del comunicólogo, es decir, el *saber cómo* y el

*saber hacer* como competencia, se procedió a especificar con detalle las tareas que realiza en cada una de las estrategias. Esto permitió definir operacionalmente las competencias y al mismo tiempo definir los contenidos de las prácticas a desarrollar en prácticas, talleres o escenarios naturales y profesionales en el transcurso de la carrera.

5. Una vez definidas las competencias como contenidos de las prácticas y talleres a cursar en el plan de estudios, se asignaron tiempos semestrales para el desarrollo de cada una de ellas, dando un total de 9 semestres para su formación e integración.
6. Posteriormente, se procedió a especificar para cada competencia *qué debe saber* un comunicólogo para que su desempeño profesional se conforme a los criterios de la disciplina. Es evidente que el conjunto de saberes necesarios para un hacer profesional efectivo y convencional es el cuerpo teórico o conceptual de la disciplina, el cual norma, formaliza y encauza el desempeño profesional del comunicólogo como tal. Especificar este *saber qué* para cada competencia, permitió contar con un conjunto de temáticas a abordar en el plan de estudios en la modalidad de seminarios, ya sea para su revisión y discusión previa, simultánea o posterior a las prácticas, según se considere conveniente.
7. Un ejercicio similar se realizó con el fin de especificar, para cada competencia, el *saber porqué*, una referencia necesaria al respecto de las actitudes que los comunicólogos deben tener en su desempeño profesional. Aunque estos aspectos del saber porqué no se traducen directamente en cursos o asignaturas aisladas dentro del plan de estudios, sí representan un ingrediente esencial de las experiencias de aprendizaje que se proporcionen al alumno durante las prácticas, talleres y seminarios a través del ejemplo de sus profesores y otros profesionales en ejercicio.
8. Ya especificadas las experiencias de aprendizaje para el desarrollo del saber cómo y el saber qué —en prácticas, talleres y seminarios—, se determinó su valor en créditos y su correspondencia porcentual con respecto a los ejes de formación común, básica, profesional, especializante e integrador. El plan de estudios está conformado por 54 asignaturas con un total de 345 créditos que el alumno deberá obtener para concluir su carrera. Del total de créditos, 16 corresponden al eje de formación común, 122 al de formación básica, 84 al de formación profesional, 51 al eje especializante y 72 al eje integrador.
9. La elaboración de los programas de cada espacio educativo fue realizada por profesores agrupados en comisiones definidas por la competencia a formar. Primeramente se elaboraron los programas de las prácticas y talleres cuidando siempre la vinculación vertical que éstas deben tener entre sí, ya que las competencias se van integrando secuencialmente conforme se avanza en la carrera. Una vez que se contó con los programas de prácticas y talleres, se elaboraron los programas de los seminarios, atendiendo continuamente a que estos últimos guardaran una correspondencia horizontal directa y pertinente con las prácticas y talleres.
10. Finalmente se redactaron los programas de a) evaluación y actualización del plan de estudios, b) de formación y actualización docente, y c) de implementación del nuevo plan de estudios.

## **Objetivos Generales:**

El nuevo plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación tiene los siguientes objetivos:

1. Formar profesionales íntegros para:

- a) Atender con eficacia, responsabilidad y sentido social los problemas que se presentan en las diferentes áreas del bienestar y desarrollo individual y colectivo en los ámbitos local, regional y nacional en las que la comunicación reviste esencial importancia.
- b) Afrontar los problemas concernientes a la comunicación a partir de un análisis crítico de su naturaleza y de los modelos conceptuales y metodológicos que constituyen su cuerpo teórico.
- c) Colaborar en equipos inter y multidisciplinarios para atender en forma integral los problemas sociales.
- d) Fomentar en los estudiantes la reflexión teórica subordinada a los problemas que ocurren en los distintos campos de acción profesional, contribuyendo así al desarrollo de la comunicación como campo de conocimiento y como profesión.
- e) Formar comunicólogos competentes a través de los principios de la enseñanza activa y el aprendizaje auto-mediado, centrado en la solución de problemas de la realidad empírica, con el concurso de las nuevas tecnologías de la información aplicadas a la enseñanza.

## **Objetivos específicos:**

Los objetivos específicos describen los momentos del proceso formativo dirigido, se definen con base en las competencias previstas en el perfil de egreso, en función de su desarrollo a lo largo del plan de estudios y por sus relaciones de inclusividad progresiva:

1. Formar a los estudiantes en el dominio de los recursos conceptuales, metodológicos y técnicos propios de las ciencias de la comunicación necesarios para identificar y diagnosticar la dimensión comunicativa de los procesos sociales en escenarios y áreas diversas.
2. Desarrollar en los estudiantes las competencias de análisis y representación, cuantitativa y cualitativamente, de las variaciones de los procesos y fenómenos comunicativos en escenarios y áreas diversas.
3. Formar estudiantes capaces de seleccionar, adaptar y utilizar apropiada y eficazmente instrumentos y técnicas para el análisis y diagnóstico de problemas comunicativos.
4. Formar estudiantes capacitados conceptual y metodológicamente para elaborar análisis-diagnóstico comunicativos precisos, particularmente en las áreas-problema de mayor relevancia en la región noroeste de la república mexicana.
5. Desarrollar en los estudiantes la capacidad de elaborar planes de intervención comunicativa, congruentes con el diagnóstico en distintas áreas problema.
6. Formar estudiantes capacitados para la intervención y producción eficiente, sistemática, responsable y ética en la solución de problemas comunicativos en distintas áreas problema.
7. Formar estudiantes capaces de evaluar (con base en criterios teóricos, metodológicos y éticos precisos) la pertinencia, efectividad y alcance de los resultados de la intervención comunicativa.
8. Desarrollar en los estudiantes la capacidad de elaborar proyectos y reportes de investigación en distintas áreas de la intervención profesional del comunicólogo.

### **Perfil de Ingreso:**

Las características ideales de los aspirantes a cursar la licenciatura en ciencias de la comunicación de la Universidad de Sonora son:

### **Conocimientos:**

- Buena Cultura general
- Conocimientos básicos de estadística y matemática
- Comprensión básica del idioma inglés
- Conocimiento actualizado del contexto sociohistórico regional, nacional e internacional

### **Habilidades:**

- Manejo adecuado de procesador de textos, hoja de cálculo, base de datos, Internet.
- Habilidades para la comprensión de lectura especializada
- Habilidades para la redacción apropiada de textos académicos
- Habilidades para una apropiada expresión oral y escrita
- Capacidad de interpretación y relación de los signos y símbolos de la realidad
- Capacidad de abstracción

### **Actitudes y Valores**

- Interés y gusto por la tecnología digital para la producción de mensajes
- Sensibilidad social
- Creatividad
- Iniciativa
- Responsabilidad
- Tolerancia
- Disposición y motivación para el trabajo en equipo
- Honestidad
- Objetividad

### **Perfil de egreso:**

El licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora, es un profesionalista creativo, responsable, tolerante y comprometido con el desarrollo social, capaz de identificar, diagnosticar, planificar, producir, intervenir y evaluar los procesos de comunicación, así como generar conocimiento especializado acerca de estos, en los ámbitos de la comunicación educativa, organizacional, política, cultural, periodística y la producción en medios, a través de la utilización de recursos simbólico-discursivos, con base en elementos teórico-metodológicos y técnicos.

### **El egresado será competente para:**

- ❖ **Identificar y diagnosticar** la dimensión comunicativa de los procesos sociales utilizando para ello diversas técnicas de observación, detección y medición en los ámbitos de la educación, las organizaciones, la política, la cultura, el periodismo y la producción en medios.

- ❖ **Planear y proponer** estrategias comunicativas que posibiliten la integración de recursos para el logro de los objetivos establecidos con base en el diagnóstico de problemas y necesidades comunicativas en los ámbitos de la educación, las organizaciones, la política, la cultura, el periodismo y la producción en medios.
- ❖ **Producir** estrategias comunicativas utilizando recursos teóricos, lenguajes, formatos y medios pertinentes y eficaces para promover la interacción social, la solución de problemas y la satisfacción de necesidades comunicativas, en los ámbitos de la educación, las organizaciones, la política, la cultura, el periodismo y la producción en medios.
- ❖ **Intervenir** en los procesos comunicativos con el objetivo de modificarlos o transformarlos, mediando para ello la aplicación de métodos, técnicas y estrategias que generen cambios dirigidos al logro de objetivos previamente establecidos en los ámbitos de la educación, las organizaciones, la política, la cultura, el periodismo y la producción en medios.
- ❖ **Evaluar** las estrategias de intervención comunicativa y sus resultados de manera sistemática y organizada, con el objetivo de determinar el impacto conseguido y orientar la toma de decisiones en los ámbitos de la educación, las organizaciones, la política, la cultura, el periodismo y la producción en medios.
- ❖ **Evaluar** procesos comunicativos en los ámbitos de la educación, las organizaciones, la política, la cultura, el periodismo y la producción en medios con el propósito de caracterizarlos y explicarlos.
- ❖ **Generar conocimiento** comunicativo especializado desde las diferentes perspectivas teórico-metodológicas de la disciplina en los ámbitos de la educación, las organizaciones, la política, la cultura, el periodismo y la producción en medios.

#### **Descripción general del plan de estudios:**

El nuevo plan de estudios tiene 345 créditos organizados en cinco ejes formativos — común, básico, profesional, especializante e integrador— que comprenden 54 espacios educativos.

La propuesta de Plan de Estudios contempla una duración de nueve semestres, los cuales serán cubiertos con un mínimo de 54 espacios educativos. Éstos se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

<b>Eje de Formación</b>	<b>No. Espacios Educativos</b>	<b>No. de créditos</b>	<b>% de Créditos</b>
Común	4	16	4.64 %
Básico	18	122	35.36%
Profesional	14	84	24.35%
Especializante	9	51	14.78%
Integrador	9	72	20.87%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>345</b>	<b>100 %</b>

Los espacios educativos optativos son 15 y se cursan desde el séptimo semestre. A partir de éste semestre los alumnos eligen cursar algunas de las siguientes series especializantes: Comunicación Organizacional, Comunicación Educativa, Comunicación Política, Comunicación y Cultura, Comunicación Periodística y Producción en Medios. Relacionadas con cada serie el alumno elegirá adicionalmente seis espacios optativos durante séptimo, octavo y noveno semestre.

De los 345 créditos del plan de estudios, 232 corresponden a asignaturas obligatorias, 109 a asignaturas optativas y 4 a actividades complementarias.

## **Estructura curricular del Plan de Estudios**

Siguiendo los lineamientos y criterios institucionales para la implementación de un Modelo educativo de la Universidad de Sonora, el Plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la comunicación (PECC), se ha estructurado en cinco ejes formativos:

Eje de Formación Común, Eje de Formación Básica, Eje de Formación Profesional, Eje de Formación Especializante y Eje de Integración.

### **Eje de Formación Común**

Comprende aspectos de formación general y contiene elementos fundamentales que el alumno aplicará a lo largo de todo el plan de estudios: lectura y redacción de textos, uso de la computadora, Internet y tecnología de redes, desarrollo de habilidades de pensamiento, entre otros. Los espacios educativos aprobados para este eje son:

- Estrategias de aprender a aprender
- Características de la Sociedad actual
- Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación
- Ética y desarrollo Profesional

### **Eje de Formación Básica**

En la propuesta curricular del PECC 2004 este eje integra espacios educativos que han sido diseñados para aportar conceptos, conocimientos y habilidades básicas comunes a varias áreas o disciplinas afines a la Ciencia de la Comunicación.

### **Eje de formación Profesional**

En este eje se han integrado espacios educativos que proporcionarán al estudiante los conocimientos, habilidades y/o destrezas que le permitan desarrollarse para el ejercicio profesional en el mundo del trabajo.

En la propuesta del plan este eje inicia simultáneamente al eje integrador, desde el primer semestre de la carrera. La inclusión de este tipo de espacios tan tempranamente en la propuesta curricular atiende a la experiencia previa del plan anterior, que nos ha demostrado las ventajas didáctico-pedagógicas en la formación de los estudiantes al acercarlos al quehacer profesional de manera sistemática.



## **Eje de formación Especializante**

Este eje permite que el alumno pueda orientar su perfil hacia una especialidad de la profesión. Ha sido diseñado pensando en las áreas en las que tradicionalmente se desempeñan los comunicólogos o que incluso son áreas potenciales de desenvolvimiento profesional. Se identificaron seis áreas de desempeño profesional:

- b. Política
- c. Educación.
- d. Organizaciones
- e. Producción en medios
- f. Periodística
- g. Cultura

## **Eje de Integración**

Este espacio curricular tiene el objetivo de ofrecer al estudiante espacios educativos que le permitan:

- ✓ Aplicar y dar continuidad al fortalecimiento de las habilidades intelectuales de estudio, la búsqueda y manejo de información, responsabilidad social y ética profesional, entre otros.
- ✓ Aplicar los conocimientos adquiridos en etapas previas en la resolución de problemas propios de la disciplina o la profesión desde una perspectiva interdisciplinaria.
- ✓ Realizar actividades prácticas que integren las habilidades desarrolladas y los aprendizajes adquiridos en las diferentes asignaturas del plan de estudios

Al igual que el eje profesional, los espacios del eje integrador dan inicio desde el primer semestre. Esta disposición parte del reconocimiento que los estudiantes de hoy tienen más dificultades para formar su identidad profesional. Los espacios integradores propondrán situaciones al estudiante para vincularlo a una interacción (como lo es la comunicación) dejando de lado sus costumbres personales. A diferencia de carreras donde el estudiante aprende a hacer cosas que no ha hecho con anterioridad en su vida, los estudiantes de comunicación (y todas las personas del mundo) se comunican desde que nacieron. Nuestros estudiantes tienen hábitos formados en su hogar que deben ser reemplazados por prácticas profesionales. Es un proceso difícil por lo que es recomendable iniciarlo desde el principio.

Además, los modelos de competencias requieren mayor trabajo colectivo de los profesores. Es preciso planear y evaluar el trabajo semestral de manera coordinada. La práctica de Comunicación de cada semestre también tiene como función facilitar la coordinación del trabajo docente.

El modelo de competencias, para ser exitoso, requiere de praxis y de espacios para la evaluación de los logros en el trabajo académico. Por ello, se estableció la organización de los ejes profesional e integrador de manera simultánea.

## Estructura curricular del Plan de Estudios por ejes formativos

	Común	Básico	Profesional	Integrador	Especializante
mestre	Estrategias para aprender a aprender	Introducción a las Ciencias Sociales	Lenguajes de la Comunicación	Práctica de comunicación I	
mestre	Nuevas tecnologías de la Información y la comunicación.	Modelos de la Comunicación I Estadística Descriptiva			
mestre	Características de la Sociedad actual	Comunicación y producción de mensajes	Producción de Medios Impresos I	Práctica de comunicación II	
mestre	Ética y Desarrollo Profesional	Desarrollo histórico de los medios de comunicación Metodología de la investigación social			
mestre		Métodos Cuantitativos	Producción fotográfica I	Práctica de comunicación III	
mestre		Comunicación, audiencias y recepción			
mestre		Comunicación y nuevas tecnologías	Producción de Medios Impresos II		
mestre		Seminario de planeación en comunicación			
mestre		Estadística Inferencial			
mestre		Métodos cualitativos	Producción fotográfica II	Práctica de comunicación IV	
mestre		Usos sociales de la comunicación	Producción radiofónica I		
mestre		Comunicación en espacios comunitarios			
mestre		Intervención y evaluación de estrategias comunicativas I	Producción radiofónica II	Práctica de comunicación V	
mestre		Introducción a la comunicación organizacional	Producción audiovisual I		
mestre		Intervención y evaluación de estrategias comunicativas II	Producción audiovisual II	Práctica de comunicación VI	
mestre		Introducción a la opinión pública	Producción multimedia I		
II mestre			Producción multimedia II	<b>Elección de uno de los siguientes espacios</b>	<b>Elección de uno de los siguientes espacios</b>
			Optativa	Práctica Profesional de Comunicación Organizacional I	Seminario metodológico de Comunicación organizacional I Seminario teórico de comunicación organizacional I
				Práctica Profesional de comunicación Educativa I	Seminario metodológico de Comunicación Educativa I Seminario teórico de comunicación Educativa I
				Práctica Profesional de comunicación y cultura I	Seminario metodológico de Comunicación y cultura Seminario teórico de comunicación y cultura I
				Práctica Profesional de comunicación política I	Seminario metodológico de Comunicación política Seminario teórico de comunicación política I
				Práctica Profesional de Comunicación Periodística I	Seminario metodológico de Comunicación periodística Seminario teórico de comunicación periodística I

				Práctica Profesional de Producción en Medios I	Seminario metodológico de producción en medios I	Seminario teórico de producción en medios I
					OPTATIVA	
III estre			Optativa	<b>Elección de uno de los siguientes espacios</b>	<b>Elección de uno de los siguientes espacios</b>	
				Práctica Profesional de comunicación organizacional II	Seminario metodológico de comunicación organizacional II	Seminario teórico de comunicación organizacional II
				Práctica Profesional de comunicación educativa I	Seminario metodológico de comunicación educativa II	Seminario teórico de comunicación educativa II
				Práctica Profesional de comunicación y cultura II	Seminario metodológico de comunicación y cultura II	Seminario teórico de comunicación y cultura II
				Práctica Profesional de comunicación política II	Seminario metodológico de Comunicación política II	Seminario teórico de comunicación política II
				Práctica Profesional de comunicación periodística II	Seminario metodológico de comunicación periodística II	Seminario teórico de comunicación periodística II
				Práctica Profesional de producción en medios II	Seminario metodológico de producción en medios II	Seminario teórico de producción en medios II
					OPTATIVA	
III estre			Optativa	<b>Elección de uno de los siguientes espacios</b>	<b>Elección de uno de los siguientes espacios</b>	
				Práctica Profesional de comunicación organizacional III	Seminario metodológico de comunicación organizacional III	Seminario teórico de comunicación organizacional III
				Práctica Profesional de comunicación educativa III	Seminario metodológico de comunicación educativa III	Seminario teórico de comunicación educativa III
				Práctica Profesional de comunicación y cultura III	Seminario metodológico de comunicación y cultura III	Seminario teórico de comunicación y cultura III
				Práctica Profesional de comunicación política III	Seminario metodológico de comunicación política III	Seminario teórico de comunicación política III
				Práctica Profesional de comunicación periodística III	Seminario metodológico de comunicación periodística III	Seminario teórico de comunicación periodística III
				Práctica Profesional de producción en medios III	Seminario metodológico de producción en medios III	Seminario teórico de producción en medios III
					OPTATIVA	

IX	Práctica Profesional de Comunicación III		Obligatoria		6		FB		3		3		6		FB		2		2		3		6		FB		3		6		FB		3		6		FB		3		6		FB	
	14	14	FI	OBL	6	6	FB	OPT	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	3	3	6	6	FB	OPT		

VIII	Práctica Profesional de Comunicación II		Obligatoria		3		6		FB		3		3		6		FB		2		2		3		6		FB		3		6		FB		3		6		FB				
	14	14	FI	OBL	3	3	6	6	FB	OPT	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	3	3	6	6	FB

VII	Práctica Profesional de Comunicación I		Obligatoria		12		12		FI		3		6		FB		3		3		6		6		6		6		6		6		6		6		6		6		6		6				
	12	12	FI	OBL	3	3	6	6	FB	OPT	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB

VI	Práctica de Comunicación VI		Obligatoria		6		6		FI		2		6		FB		4		4		6		6		6		6		6		6		6		6		6		6		6				
	6	6	FI	OBL	2	2	6	6	FB	OBL	4	4	6	6	FB	OBL	4	4	6	6	FB	OBL	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB

V	Práctica de Comunicación V		Obligatoria		6		6		FI		2		6		FB		4		4		6		6		6		6		6		6		6		6		6		6		6				
	6	6	FI	OBL	2	2	6	6	FB	OBL	4	4	6	6	FB	OBL	4	4	6	6	FB	OBL	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB

IV	Práctica de Comunicación IV		Obligatoria		6		6		FI		2		6		FB		4		4		6		6		6		6		6		6		6		6		6		6						
	6	6	FI	OBL	2	2	6	6	FB	OBL	4	4	6	6	FB	OBL	4	4	6	6	FB	OBL	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB

III	Práctica de Comunicación III		Obligatoria		4		4		FI		2		6		FB		3		3		6		6		6		6		6		6		6		6		6		6						
	4	4	FI	OBL	2	2	6	6	FB	OBL	3	3	6	6	FB	OBL	3	3	6	6	FB	OBL	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB	OPT	2	2	3	3	6	6	FB

II	Práctica de Comunicación II		Obligatoria		6		6		FI		3		6		FC		3		3		6		6		6		6		6		6		6		6		6		6						
	6	6	FI	OBL	3	3	6	6	FC	OBL	3	3	6	6	FC	OBL	3	3	6	6	FC	OBL	3	3	6	6	FC	OBL	3	3	6	6	FC	OBL	3	3	6	6	FC	OBL	3	3	6	6	FC

I	Práctica de Comunicación I		Obligatoria		4		4		FI		3		6		FC		3		3		6		6		6		6		6		6		6		6		6		6						
	4	4	FI	OBL	3	3	6	6	FC	OBL	3	3	6	6	FC	OBL	3	3	6	6	FC	OBL	3	3	6	6	FC	OBL	3	3	6	6	FC	OBL	3	3	6	6	FC	OBL	3	3	6	6	FC

Nota: Los créditos complementarios de la acreditarse en los pri estudios i

FC	Eje de
FB	Eje de
FP	Eje de fc
FI	Eje de
FE	Eje de Fori

CLAVE  
H.T