



Objetivo

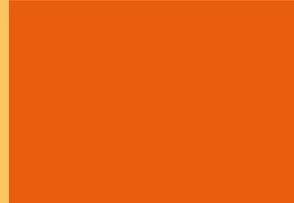
Formar profesionales conscientes del valor estratégico de la comunicación en el contexto de la sociedad del conocimiento y la cultura digital, capaces de diseñar, producir, analizar y evaluar mensajes y estrategias comunicativas; para que desde una perspectiva crítica, interdisciplinaria y orientada por el análisis de las condiciones económicas, políticas, sociales y culturales del país, coadyuven al desarrollo de los procesos de producción, circulación y consumo de mensajes en las organizaciones, la educación y la política.

Campo laboral

En empresas e instituciones públicas; organizaciones políticas y sociales; medios de comunicación; agencias de información y comunicación; como profesional independiente; desarrollando procesos de producción, circulación y apropiación de mensajes en prensa, radio, televisión e internet; en la gestión de sistemas de información en organizaciones formales y en el campo del periodismo científico.

En instituciones educativas y de investigación; análisis y diseño de campañas políticas; análisis de mensajes en procesos electorales; gestión y diseño de comunicación en espacios públicos; investigación de prácticas de comunicación política y análisis de discurso institucional.

ciencias de la
comunicación



¿Porqué estudiar Ciencias de la Comunicación?

- Porque su oferta educativa tiene su origen en las nuevas demandas de información e interacción social del siglo XX, vinculadas al desarrollo de los medios de comunicación masiva y la producción de la industria cultural.
- Porque se prepara a los estudiantes en los nuevos dominios profesionales y de investigación relacionados con sus implicaciones en los procesos locales, regionales y globales.

Perfil del estudiante

Contar con conocimientos generales en ciencias sociales y humanidades para comprender las problemáticas nacionales e internacionales, donde la información y los medios de comunicación actúan como elementos estructurantes.

Tener habilidades para el análisis de la realidad social contemporánea, su coyuntura y desafíos. Aplicar la razón crítica para valorar la orientación económica y sociopolítica de los procesos en los que intervienen los medios y procesos de comunicación.

Coordinadora de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Dra. Caridad García Hernández

cgarcia@correo.cua.uam.mx

clcc@correo.cua.uam.mx

Avenida Constituyentes 1054, Col. Lomas Altas,
Delegación Miguel Hidalgo, México, D. F., C. P. 11950,
Tel. 9177 6650 ext. 6939



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA

CCD

Unidad Cuajimalpa

www.cua.uam.mx