



H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO PRESENTE

A esta Comisión Permanente de Educación ha sido turnado el dictamen número CE/040/2024, de fecha 30 de octubre de 2024, en el que el Consejo de Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, propone la modificación del plan de estudios de la **Licenciatura en Comunicación Pública**, bajo el sistema de créditos, en la modalidad escolarizada, a partir del ciclo escolar 2026 "A", conforme a los siguientes:

ANTECEDENTES

1. La Ley General de Educación Superior, declara como uno de los fines de la educación, coadyuvar, a través de la generación, transmisión, aplicación y difusión del conocimiento, a la solución de los problemas locales, regionales, nacionales e internacionales, al cuidado y sustentabilidad del medio ambiente, así como al desarrollo sostenible del país y a la conformación de una sociedad más justa e incluyente. En ese contexto, la educación superior fomentará el desarrollo humano integral del estudiante en la construcción de saberes basado en la generación y desarrollo de capacidades y habilidades profesionales para la resolución de problemas, y en el respeto y cuidado del medio ambiente, con la constante orientación hacia la sostenibilidad, con el fin de comprender y asimilar la interrelación de la naturaleza con los temas sociales y económicos, para garantizar su preservación y promover estilos de vida sustentables; así como el diálogo continuo entre las humanidades, las artes, la ciencia, la tecnología, la investigación y la innovación como factores de la libertad, del bienestar y de la transformación social.
2. En el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, el Plan de Desarrollo de la Subregión Centro 2015-2025 y el Plan Estatal de Gobernanza y Desarrollo de Jalisco 2018-2024 Visión 2030, comparten como objetivo mejorar el acceso, la cobertura y la calidad de la educación, reducir el rezago educativo, promover la equidad en las oportunidades educativas y mejorar la vinculación entre los sectores académico y productivo.
3. El Plan de Desarrollo Institucional 2019-2025, Visión 2030 de la Universidad de Guadalajara, declara a la docencia e innovación académica, como uno de los propósitos sustantivos de la Universidad de Guadalajara, con los que orienta sus elementos a consolidar la formación integral e inclusiva de sus estudiantes, con visión global y responsabilidad social, buscando articular la aplicación de modelos innovadores de enseñanza-aprendizaje que promuevan la perspectiva global e incorporen valores y principios de multiculturalidad, formando al mismo tiempo agentes de cambio que contribuyan a resolver los problemas complejos actuales y futuros desde los ámbitos de la cultura artística, la ciencia y la tecnología, y el conocimiento humanístico y social. En este contexto, la pertinencia resulta una condición deseable para mantener en el desempeño institucional y representa la correspondencia entre la filosofía institucional, los requerimientos de la sociedad y el entorno cambiante de la educación superior.



4. Además, reconoce que los programas de pregrado enfrentan varios retos significativos en la actualidad. La oferta educativa de pregrado en la Universidad de Guadalajara, se ha caracterizado por la diversificación en nuevos campos y áreas del conocimiento, con programas multi, inter y transdisciplinarios que faciliten la incorporación de los egresados en el ámbito profesional. El principal desafío en este camino es proporcionar una formación integral a profesionales competitivos, dotados de conocimientos y aptitudes que les permitan integrarse y adaptarse a entornos laborales en constante evolución, al mismo tiempo que se convierten en agentes innovadores capaces de abordar creativamente los problemas específicos, contribuyendo así al desarrollo sostenible y al progreso social en sus comunidades y más allá. En este sentido, el Plan de Desarrollo Institucional (PDI) de la Universidad de Guadalajara subraya la importancia de reforzar los vínculos entre la academia y el sector productivo, así como con la sociedad en general, para asegurar que la educación impartida esté alineada con las necesidades del mercado laboral y los retos globales.
5. El 4 de marzo de 2024, durante la sesión del Colegio Departamental del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, se aprobó la modificación del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública, según consta en el Acta número 13. Posteriormente, el 12 de marzo de 2024, en una sesión extraordinaria del Consejo de la División de Estudios de la Cultura, también se avaló dicha modificación. Finalmente, el 30 de octubre de 2024, el Consejo del Centro de Ciencias Sociales y Humanidades aprobó la modificación mediante el dictamen CE/040/2024.
6. La Licenciatura en Comunicación Pública comenzó a impartirse en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH) a partir del ciclo escolar 2007 "A". Su creación fue aprobada el 10 de octubre de 2006 por el H. Consejo General Universitario, según el dictamen número I/2006/363, para operar bajo el sistema de créditos.
7. El concepto de *comunicación pública* sustentado en el dictamen de creación de la Licenciatura en Comunicación Pública¹ se refiere al conjunto de procesos de producción, 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 construcción de la imagen pública de los actores sociales y de sus proyectos, de administrar su visibilidad o presencia social. 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 medios sociales se apoyan en estos para transmitirlos.

¹ H. Consejo General Universitario (2006). Universidad de Guadalajara. http://www.hcgu.udg.mx/sites/default/files/sesiones_cg_u/2006-2007/Educaci%C3%B3n%20y%20Hacienda/2006-10-21%2000%3A00%3A00/edh363-21oct06.pdf



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp.021
Dictamen Núm. I/2025/075



8. La comunicación pública abarca las relaciones que se establecen entre los ciudadanos a través de la transmisión de mensajes mediados. No se limita únicamente a los asuntos públicos y la vida política, sino que también incluye cualquier problemática de interés social que sea objeto de debate público, influya en la opinión pública o derive de temas relacionados con el Estado y la administración pública. Entre estos temas se encuentran áreas como la economía, la justicia, la educación, la salud, el medio ambiente, entre otras. Este concepto integra los procesos de producción, circulación y consumo de mensajes y discursos, lo que implica la convergencia de conocimientos sobre las lógicas de producción de información, las relaciones públicas (entendidas como relaciones institucionales) y la mercadotecnia social. La comunicación pública se configura, además, como un espacio dinámico en constante evolución, resultado de la reinvención permanente de las prácticas de comunicación social.

En este contexto, la comunicación pública se presenta como un eje transversal que conecta los ámbitos social, político y cultural, fomentando el análisis crítico y la participación activa de la ciudadanía en los temas que afectan a la colectividad.

9. La comunicación pública, como campo de conocimiento centrado en la comunicación social, analiza cómo las prácticas comunicativas influyen en los debates sociales, la visibilización de temas, la deliberación democrática y las controversias sociales. Estas actividades condicionan el espacio público, entendido como el ámbito donde se discuten y definen los asuntos de interés común. La calidad de la comunicación pública impacta directamente en las relaciones sociales, ya que regula el acceso a la información y el ejercicio de las libertades de opinión y expresión. Además, determina la participación ciudadana en la construcción de un espacio público democrático. Ejemplos de su relevancia incluyen su papel en la acción gubernamental, el periodismo como contrapeso de poder, la influencia de la publicidad comercial en la economía y el uso de la mercadotecnia social para promover conductas colectivas con fines sociales.
10. De acuerdo con Waisbord², algunos de los rasgos principales del avance disciplinar de los estudios de Comunicación son:
 - Fragmentación de la disciplina: la Comunicación se caracteriza por su fragmentación en múltiples líneas de investigación, tradiciones teóricas, enfoques disciplinarios, niveles de análisis, metodologías y trayectorias institucionales. Este fenómeno ha dado lugar a una hiper-especialización, con la creación de numerosos subcampos que, en gran medida, permanecen desconectados entre sí. Aunque esta diversificación ha enriquecido el campo, también plantea desafíos, como la falta de coherencia y unidad teórica y metodológica, lo que dificulta la reflexión integral sobre el desarrollo de la disciplina.

² Waisbord, S. (2019). *Communication: A post-discipline*. John Wiley & Sons.



- El giro digital: la digitalización ha transformado radicalmente los estudios de Comunicación, cambiando la naturaleza misma de los procesos comunicativos. Tradicionalmente, la respuesta del campo ante los avances tecnológicos ha sido la creación de subcampos, programas y cursos especializados en tecnologías específicas (televisión, radio, cine, periodismo, comunicación de masas, medios y, más recientemente, comunicación digital). Sin embargo, los procesos digitales actuales son ubicuos y reorganizan todos los aspectos de la vida social, desde las relaciones interpersonales hasta la política y la economía. Esto ha introducido nuevos temas de investigación y reformulado preguntas clásicas, generando un desafío ontológico: cualquier fenómeno social mediado digitalmente puede ahora estudiarse desde la Comunicación, ampliando enormemente su alcance, pero también diluyendo sus fronteras conceptuales.
 - Postdisciplinariedad: siguiendo la propuesta de Waisbord, la Comunicación puede entenderse como una "post-disciplina", es decir, un campo que no se fundamenta en un canon único, sino que se construye en torno a problemas y preguntas de investigación relevantes. En esta perspectiva, se valoran los aportes interdisciplinarios y se promueve un enfoque flexible, adaptativo y orientado a la resolución de problemas, en lugar de centrarse en una estructura teórica rígida.
11. En México, no existe un marco legal único que regule la formación de profesionales en el área de la Comunicación. Esta ausencia se debe, en parte, a la falta de claridad sobre el objeto de estudio y práctica de esta disciplina. Sin embargo, es posible identificar referentes regulatorios en subcampos y áreas relacionadas, como el periodismo, la publicidad y las relaciones públicas. El análisis de estos códigos permite destacar principios fundamentales aplicables al campo profesional de la Comunicación, como la veracidad de la información y el respeto a los derechos humanos. A partir de este análisis, se concluye que es fundamental integrar en la formación de comunicadores un enfoque ético y de responsabilidad social. Este enfoque debe abordar temas clave como la gestión responsable de los datos personales, la integridad en el manejo de la información, el compromiso con la verdad y el respeto irrestricto a los derechos humanos, garantizando una práctica profesional alineada con los valores democráticos y las necesidades sociales contemporáneas.
12. Las necesidades sociales que los profesionistas en Comunicación Pública están capacitados para atender incluyen:
- Comprensión del espacio público contemporáneo: analizar las tendencias y factores que moldean el espacio público, permitiendo diseñar estrategias para una participación efectiva y significativa en estos entornos.
 - Diagnóstico de problemas de comunicación: identificar y evaluar problemas como la desinformación, las brechas informacionales y la propagación del discurso de odio, que afectan negativamente el debate público y la cohesión social.
 - Intervención ética y responsable: desarrollar y ejecutar acciones comunicativas que respeten los valores democráticos, los derechos humanos y promuevan la igualdad de género, contribuyendo al fortalecimiento del espacio público.



- Reducción de brechas sociales: implementar estrategias de comunicación inclusivas y no discriminatorias que respeten los derechos humanos, buscando disminuir las desigualdades o, al menos, evitar ampliarlas.
- Profesionalización en el ámbito público: elevar el perfil profesional de quienes ejercen comunicación en contextos públicos, incluyendo el periodismo, las relaciones públicas, la comunicación política y otros subcampos, para asegurar prácticas más efectivas y éticas.

13. El Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) reporta que en el estado de Jalisco operan actualmente 1,282 unidades económicas clasificadas en el sector de información en medios masivos³. De estas, el 68% son microempresas que emplean entre 0 y 5 personas. La mayoría se concentra en los municipios de Guadalajara y Zapopan, representando el 41% del total. Las actividades más comunes dentro de este rubro incluyen la operación de servicios de telecomunicaciones, bibliotecas y archivos, así como estaciones de radio. Es importante destacar que el campo laboral de los egresados de la Licenciatura en Comunicación Pública no se limita a este tipo de unidades económicas.

14. Para analizar su panorama laboral, se utilizaron tres fuentes principales: estudios documentales, un análisis dirigido a alumnos próximos a egresar, egresados y empleadores, y la aportación de expertos integrantes del comité consultivo. Estos insumos permitieron una visión integral de las oportunidades y tendencias laborales del sector.

En el ámbito de los estudios documentales, el Instituto Mexicano de la Competitividad (IMCO)⁴ reporta que, para 2023, el área de Comunicación y Periodismo cuenta con un total de 206,098 personas egresadas, lo que la posiciona en el lugar 24 entre las carreras con mayor cantidad de egresados. Entre los datos más relevantes se destacan los siguientes:

- El 59% de los egresados son mujeres.
- El 79% pertenece a la población económicamente activa.
- El 72% de los egresados ocupados trabaja en empleos formales.
- El 4% de los egresados se desempeña como empleadores.
- El ingreso promedio mensual de las personas egresadas es de \$17,257 pesos.
- La probabilidad de obtener un empleo de calidad es del 73%, un porcentaje similar al de otras carreras del ámbito de las ciencias sociales y humanidades, como Ciencias Políticas (78%), Literatura (76%), Derecho (74%), Sociología y Antropología (71%), Adquisición de Idiomas Extranjeros (69%) y Criminología (69%). Este porcentaje es ligeramente inferior al de Mercadotecnia y Publicidad (75%).

³ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2023). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. <https://www.inegi.org.mx>

⁴ Instituto Mexicano de la Competitividad (2023). Compara Carreras 2023. <https://imco.org.mx/comparacarreras/>



Por otro lado, el estudio dirigido a estudiantes próximos a egresar, egresados y empleadores arrojó los siguientes resultados⁵:

- Los principales sectores laborales que emplean a personas egresadas de la Licenciatura en Comunicación Pública son: el sector educativo (22%), el sector público (15%) y los medios masivos (11%).
- Es importante destacar que la identificación de las áreas probables de contratación resulta crucial, ya que 79% de las personas egresadas de esta licenciatura son empleadas en una organización.
- Comunicación y Periodismo no figura entre las áreas de conocimiento con mayor número de personas egresadas a nivel nacional, lo que sugiere que no se trata de un área "saturada" en términos de oferta profesional.
- A nivel nacional, la participación económica de los egresados de este campo muestra similitudes en diversos indicadores con áreas afines de las ciencias sociales y con el área de Mercadotecnia y Publicidad.
- Por su parte, los empleadores destacan la necesidad de fortalecer competencias clave entre las personas egresadas, como el dominio de un segundo idioma, habilidades tecnológicas y capacidades relacionadas con la gestión.

15. Para la modificación de la Licenciatura en Comunicación Pública, se consultaron expertos en áreas relacionadas con la comunicación, la política, la sociología, y la ética, quienes destacaron la importancia de fortalecer diversas áreas clave dentro del programa. Entre los aspectos más relevantes señalados por los especialistas se encuentran la integración de competencias digitales, gestión de la comunicación pública, análisis de políticas públicas, y el estudio de la comunicación en contextos diversos, como la cultura, la salud pública y el medio ambiente. Además, se hizo hincapié en la necesidad de promover una mayor conciencia ética y responsabilidad social entre los estudiantes, esenciales para desempeñarse en el ámbito de la comunicación pública.

Los expertos también señalaron que la comunicación pública debe adaptarse a las tendencias actuales, como el auge de la comunicación digital, las redes sociales y la participación ciudadana a través de plataformas en línea. Además, se subrayó la importancia de que los futuros egresados estén preparados para enfrentar los retos de la desinformación, la gestión de crisis de comunicación, y el análisis de datos públicos para la toma de decisiones informadas.

⁵ Universidad de Guadalajara (2022). Estudio de estudiantes de próximo egreso, personas egresadas y personas empleadoras de la Licenciatura en Comunicación Pública [Documento PDF].



16. En el estado de Jalisco, actualmente hay 2,629 estudiantes inscritos en programas de licenciatura universitaria y tecnológica en el área de Comunicación y Periodismo. Esta matrícula está predominantemente concentrada en instituciones ubicadas en el área metropolitana de Guadalajara, y más de la mitad de los estudiantes asisten a escuelas de sostenimiento privado. La denominación más común de los programas educativos es *Ciencias de la Comunicación*. Por su parte, la matrícula de estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Pública representa sólo 5% del total de la matrícula en programas relacionados con la comunicación en el estado, proporción congruente con la vocación de este programa educativo, enfocado en formar profesionales especializados en la comunicación en torno a asuntos públicos. Además, el programa ofrecido por la Universidad de Guadalajara es el único en el estado dedicado exclusivamente a la Comunicación Pública y uno de los pocos a nivel nacional.

17. La propuesta de actualización curricular de la Licenciatura en Comunicación Pública se fundamenta en tres pilares clave: (1) el aprendizaje centrado en el estudiante, (2) el enfoque por competencias, y (3) las orientaciones constructivistas sobre el aprendizaje. Estos enfoques convergen en un principio general: el aprendizaje se construye mediante la práctica, es decir, a través de la experiencia. Por esta razón, el plan de estudios se compromete a fomentar un tipo de aprendizaje que implique la inmersión activa de los estudiantes en situaciones prácticas.

Los modelos de diseño curricular deben integrar, además, la evaluación del plan de estudios como un componente esencial. En este sentido, se adopta el modelo de diseño curricular propuesto por Díaz Barriga (citado en Vélez Chablé y Terán Delgado, 2010)⁶, que establece que la evaluación debe cumplir con características específicas: (1) debe ser continua, ya que el currículo no es estático, sino que debe ajustarse a los avances disciplinares y a los procesos en constante cambio; (2) debe incluir una estrategia de evaluación interna, complementada por un programa destinado a la reestructuración del plan de estudios basado en los resultados obtenidos de esta evaluación interna.

18. El **objetivo general** de la Licenciatura en Comunicación Pública es formar estrategias de la comunicación con competencias de investigación social, gestión e intervención, capaces de diagnosticar, diseñar, coordinar y evaluar estrategias, planes, programas y proyectos de comunicación para actores públicos, organizaciones, grupos e instituciones que interactúan con y a través de los medios y plataformas de comunicación, en busca de visibilizar o posicionar sus ideas, acciones, propuestas y posturas en el espacio público.

19. Los **objetivos específicos** de la Licenciatura en Comunicación Pública son:

- Formar profesionales de la comunicación con habilidades y conocimientos para la investigación social, como base de los proyectos estratégicos de comunicación pública.

⁶ Vélez Chablé, L., & Terán Delgado, A. (2010). *Modelos para el diseño curricular*. Pampedia, 6, 55-65.



- Preparar profesionales de la comunicación pública con sólidos conocimientos teóricos, prácticos e instrumentales para la gestión de la comunicación pública y la intervención-acción en los ámbitos social, público y privado.
- Cultivar en las y los profesionales de la comunicación pública la conciencia ética y el compromiso social, de tal manera que en su práctica cumplan el papel de agentes de cambio social.
- Promover prácticas profesionales socialmente pertinentes que se fundamenten en el análisis de los contextos sociocultural, histórico y jurídico de los fenómenos comunicativos en que el profesionista intervenga como estrategia de la comunicación pública.
- Orientar la especialización del profesional de la comunicación pública en los campos de la investigación de la comunicación pública, la comunicación política, la intervención para el cambio social y la comunicación educativa.

20. El perfil de ingreso de las y los aspirantes a estudiar la Licenciatura en Comunicación Pública requiere:

- Tener excelente redacción y habilidades de expresión oral y lectura de comprensión.
- Interés por el conocimiento del acontecer cotidiano, los asuntos públicos y el lugar de los medios de comunicación en la vida social.
- Motivación por la investigación social y habilidades de búsqueda de información.
- Capacidad de pensamiento abstracto y habilidades para analizar y sintetizar ideas del campo de la comunicación, las ciencias sociales y el periodismo.
- Interés de intervenir en los procesos de comunicación pública desde una postura de servicio a la comunidad.
- Habilidades y apertura para el trabajo en equipo; capacidad para desarrollar proyectos bajo presión, y creatividad para desenvolverse en escenarios cambiantes.
- Disposición para adquirir o mejorar la capacidad de lectura y comprensión en una segunda lengua.

21. El perfil de egreso de las y los profesionales de la Licenciatura en Comunicación Pública será el de un profesional capaz de:

- Elaborar y comunicar con eficacia contenidos dirigidos a públicos específicos a través de diversos soportes o plataformas tecnológicas aplicando las normas del idioma español.
- Analizar críticamente el espacio público desde diversas perspectivas de las ciencias sociales, integrando los saberes de la antropología, la sociología, los estudios políticos y la historia.
- Comprender e intervenir en los procesos de significación y comunicación constitutivos del espacio público.
- Conocer los modelos teóricos y metodológicos clásicos y actuales para analizar tanto los nuevos escenarios de la comunicación pública, como los cambios socioculturales producidos por las transformaciones tecnológicas de la información y la comunicación.



- Comprender las lógicas de producción y el funcionamiento técnico-operativo de los medios de comunicación, y sus interacciones con instituciones, organizaciones y actores públicos que intervienen en la construcción del espacio público.
- Diagnosticar problemáticas de comunicación en organizaciones que participan en la construcción de los debates públicos.



- Planificar, diseñar, gestionar y evaluar estrategias, programas, proyectos, campañas y productos específicos de comunicación pública para empresas, gobierno y organizaciones de la sociedad civil, utilizando herramientas, técnicas y tácticas de las Relaciones Públicas, la Mercadotecnia y la Publicidad, que permiten la interacción con sus públicos de manera empática, persuasiva e inclusiva, en diferentes escenarios.
- Poseer una actitud reflexiva, crítica, ética e innovadora en el ejercicio de la comunicación pública, fundamentando su práctica en un alto compromiso con su comunidad; el respeto a los derechos humanos; la tolerancia, y el reconocimiento de la diversidad de valores, pensamiento y creencias.
- Leer y comprender textos académicos, sociales y periodísticos en una segunda lengua.

Además, el egresado de la Licenciatura en Comunicación Pública, dependiendo de la orientación de su elección, desarrollará las siguientes competencias:

- *Orientación en Investigación de la Comunicación:* identificar el contexto sociohistórico y científico de donde emergen los principales paradigmas teóricos de la comunicación pública; analizar las diferencias de los campos profesionales del comunicador público a nivel internacional, e implementar proyectos de comunicación pública de incidencia social desde los paradigmas estudiados.
- *Orientación en Comunicación para el Cambio Social:* planificar, implementar y evaluar proyectos y estrategias de comunicación diseñados en colaboración con distintos públicos, en contextos específicos, con el propósito de incidir a corto, mediano y largo plazo en el cambio de actitudes, mentalidades y patrones culturales para contribuir en el mejoramiento de sus condiciones de vida.
- *Orientación en Comunicación Política:* elaborar y desarrollar estudios de comportamiento político en medios de comunicación y en procesos de comunicación política; desarrollar metodologías para observatorios y seguimiento de medios en distintos contextos políticos y sociales; diseñar y asesorar proyectos de mercadotecnia e incidencia política para instituciones gubernamentales, partidos y grupos de interés.
- *Orientación en Comunicación Educativa:* participar y gestionar procesos de transformación social vinculados con prácticas de alfabetización y difusión mediática e informacional; conocer y aplicar los referentes teóricos y metodológicos de la comunicación educativa en el análisis de la dimensión comunicativa de los procesos de enseñanza-aprendizaje; analizar, diseñar e implementar estrategias comunicativas a través de enfoques pedagógicos críticos, horizontales e interseccionales para la incidencia en el espacio público; desarrollar programas o procesos de formación y capacitación en los sectores público, privado, social y académico.

- 22.** El plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública tiene cuatro orientaciones que se describen a continuación, cada una de ellas diseñada para fortalecer la formación especializada de los estudiantes y permitirles desarrollar competencias avanzadas en distintos ámbitos del ejercicio profesional:



Orientación en Investigación de la Comunicación: la orientación en investigación provee los fundamentos básicos sobre los paradigmas teóricos contemporáneos que se utilizan en la actualidad en la investigación de la comunicación, revisados empíricamente de acuerdo a los escenarios profesionales de la comunicación pública a nivel internacional. La Orientación en Investigación de la Comunicación fomenta no sólo la reflexión teórica sino la aplicabilidad práctica de los paradigmas teóricos estudiados y la forma en que éstos construyen sus propios objetos de conocimiento.

Orientación en Comunicación para el Cambio Social: la Orientación en Comunicación para el Cambio Social integra teorías, métodos, técnicas y herramientas de la Comunicación Pública para diagnosticar e intervenir en problemáticas sociales en las que la comunicación tiene un papel central para impulsar procesos de transformación social, a través de dinámicas dialógicas, horizontales y autogestivas que buscan el empoderamiento de los actores participantes. Las perspectivas teórico-metodológicas que sustentan esta orientación tienen en común el interés por empoderar a la ciudadanía y habilitarla mediante estrategias de comunicación para la transformación social.

Orientación en Comunicación Política: la Orientación en Comunicación Política integra teorías, métodos, técnicas y herramientas de la Comunicación Pública para la evaluación, el análisis y el diseño de estrategias de comunicación política.

Orientación en Comunicación Educativa: el objetivo de la Orientación en Comunicación Educativa es formar personas expertas en intervenir en los procesos comunicativos que tienen como fin fomentar las capacidades críticas y dialógicas de las y los sujetos en los procesos de enseñanza-aprendizaje en contextos caracterizados por diversas problemáticas sociales y permeados por diversos desarrollos tecnológicos. Las intervenciones tendrán como objetivo incidir en el espacio público mediante estrategias educomunicativas que pueden desarrollarse en espacios educativos que pueden ir de lo formal a lo no formal.

- 23. La formación integral** es un pilar fundamental en la propuesta de actualización curricular de la Licenciatura en Comunicación Pública. Este enfoque busca proporcionar a las y los estudiantes una educación más holística que trascienda los contenidos disciplinares, promoviendo el desarrollo de habilidades, valores y competencias transversales esenciales para su formación profesional y personal. Como parte de la formación integral, la Unidad de Aprendizaje "Análisis de Problemas Globales del Siglo XXI" aprobada bajo dictamen I/2023/335 cobra especial relevancia, ya que proporciona a los estudiantes herramientas para comprender y contextualizar los fenómenos globales que impactan directamente en el ejercicio profesional. Temas como el cambio climático, la desigualdad social, la crisis democrática, la desinformación y la violencia geopolítica son fundamentales en la labor del comunicador público, quien debe analizar, interpretar y difundir información veraz y relevante para la sociedad. A la par de esta unidad de aprendizaje, la formación integral se fortalece además con cuatro unidades de aprendizaje dentro del área de formación básica común.



24. La globalización y los avances en las ciencias sociales y la comunicación demandan que los profesionales desarrollen competencias en una **segunda lengua**, especialmente el inglés, dado que gran parte de los recursos más actualizados, investigaciones académicas y publicaciones relevantes se encuentran en este idioma. Consciente de esta necesidad, la Universidad de Guadalajara ha promueve el desarrollo de habilidades lingüísticas complementarias al español. En el caso de la Licenciatura en Comunicación Pública, la enseñanza de un segundo idioma, como el inglés, no solo fortalece la internacionalización del currículo, sino que también permite a las y los estudiantes interactuar en un entorno global, acceder a literatura especializada y mantenerse actualizados en las tendencias de su disciplina. Este enfoque amplía significativamente las oportunidades académicas y profesionales de los egresados, mejorando la calidad y competitividad del programa. En este contexto, el Comité Consultivo ha establecido que las y los egresados de la Licenciatura en Comunicación Pública deberán acreditar competencias de lecto-comprensión preferentemente en inglés en el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER) o su equivalente. De esta manera, la Licenciatura en Comunicación Pública responde a las exigencias del mercado laboral y académico, formando profesionistas preparados para interactuar en un contexto multicultural y competitivo.
25. Con fines de **movilidad**, en el CUCSH, la Unidad de Intercambio tiene la responsabilidad de difundir las convocatorias de intercambio internacional dirigidas a las y los estudiantes. Esta unidad colabora estrechamente con la Coordinación de Internacionalización, encargada de implementar y operar la política institucional de internacionalización mediante el establecimiento de convenios de intercambio estudiantil, educación a distancia, vinculación y otras modalidades de cooperación entre la Universidad de Guadalajara y universidades extranjeras.
26. La **flexibilidad** en la Licenciatura en Comunicación Pública ofrece a los estudiantes la oportunidad de personalizar su trayectoria académica, permitiéndoles elegir unidades de aprendizaje dentro de la Red Universitaria y en universidades nacionales e internacionales. Esta capacidad de adaptar su formación a intereses y necesidades específicas fomenta la autorrealización y la adaptabilidad, cualidades cruciales en un entorno profesional en constante cambio. Además, la flexibilidad facilita la movilidad estudiantil permitiendo el acceso a experiencias educativas diversas. Los estudiantes pueden participar en actividades de extensión, vinculación y difusión, y cursar unidades de aprendizaje en otros programas educativos del mismo nivel y modalidades variadas, tanto en centros universitarios de la Red Universitaria como en instituciones de educación superior a nivel nacional e internacional. Este enfoque asegura que la formación esté alineada con problemáticas actuales, entornos económicos sociales y culturales específicos, y tendencias emergentes.
27. La **tutoría y la asesoría** será un elemento básico en la formación profesional de los estudiantes durante su trayectoria universitaria para brindar, a través del acompañamiento, respuestas a sus necesidades: apoyo desde los primeros ciclos, vinculando siempre las habilidades propias de la formación y la adquisición de estrategias de aprendizaje, ofrecer recursos adicionales que permitan al estudiante apoyarse en diversos asesores disciplinares y metodológicos que atiendan sus dudas por materia y la dirección de trabajos de titulación.



28. Para fortalecer la **vinculación** del programa educativo de la Licenciatura en Comunicación Pública, el Centro Universitario, además de contar con convenios institucionales previamente establecidos, ha implementado estrategias de colaboración activa con diversos organismos de los sectores público, privado y no gubernamental. Estas acciones han facilitado compromisos preliminares y acuerdos estratégicos enfocados en generar nuevas oportunidades para la realización de prácticas profesionales y servicio social en el campo de la comunicación. Estas alianzas potencian la formación de las y los estudiantes al ofrecerles experiencias prácticas en entornos laborales reales, donde pueden aplicar y consolidar los conocimientos adquiridos durante su trayectoria académica. Además, permiten que los estudiantes participen en proyectos de comunicación estratégica, campañas de concientización, estudios de opinión pública y consultoría en comunicación institucional, enriqueciendo así su perfil profesional y ampliando sus posibilidades de inserción en el mercado laboral.

Esta red de colaboración también refuerza el compromiso del Centro Universitario con el desarrollo social y la mejora continua en el ámbito de la comunicación. Al contribuir con profesionales en formación capacitados para abordar las necesidades actuales y emergentes del sector, el programa fomenta una interacción dinámica entre academia y sociedad, promoviendo soluciones innovadoras y de impacto en los diversos ámbitos de la comunicación pública.

29. La **planta docente** de la Licenciatura en Comunicación Pública se caracteriza por su alta experiencia y nivel académico, aspectos clave para la formación de sus estudiantes. La mayoría de las y los profesores han estado vinculados al programa desde su creación, lo que les ha permitido comprender a fondo el perfil de ingreso de las y los estudiantes, así como los mecanismos de trabajo y dinámicas grupales que se desarrollan en las academias. Su actividad está regulada por el Estatuto del Personal Académico de la Universidad de Guadalajara.

En el semestre 2023 B, el 89 % del personal académico que impartió cursos en la licenciatura contaba con un grado de maestría o doctorado, garantizando una formación de alta calidad. Asimismo, de los 36 profesores y profesoras que integran la planta docente durante los ciclos 2023A y 2023B, 17 (47 %) son miembros del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), reflejo del enfoque prioritario del programa en la investigación como eje fundamental. En función de los cambios propuestos en el plan de estudios, se concluye que no será necesario incorporar nuevo personal académico ni modificar las categorías o tiempos de contratación. Esto se debe a que la actualización curricular contempla una reducción en el número de créditos y unidades de aprendizaje, optimizando los recursos existentes sin comprometer la calidad educativa del programa.

30. El CUCSH cuenta con la **infraestructura** necesaria para implementar el plan de estudios actualizado de la Licenciatura en Comunicación Pública. Actualmente, el programa opera con espacios, materiales, mobiliario, equipo y acervo bibliográfico adecuados para satisfacer las necesidades formativas. Además, la propuesta de actualización curricular incluye una reducción en el número total de unidades de aprendizaje, sin incrementar aquellas que requieren el uso de laboratorios. Por lo tanto, los cambios planteados en el plan de estudios



no demandan modificaciones ni ampliaciones en la infraestructura existente, garantizando su viabilidad operativa con los recursos actuales.

31. La evaluación del programa de la Licenciatura en Comunicación Pública está estructurada en un cronograma de actividades que incluye evaluaciones internas parciales y una evaluación integral, diseñadas para garantizar la mejora continua y la pertinencia del plan de estudios.

- Primera evaluación interna parcial (a dos años de implementación):

- Esta evaluación se realizará dos años después de la implementación del plan de estudios, con el objetivo de identificar áreas de mejora, realizar ajustes menores o introducir cambios sustanciales que optimicen su funcionamiento. Los elementos clave a considerar en esta etapa incluyen:
- Trayectorias escolares: tasas de reprobación, aprobación, deserción y titulación.
- Resultados de aprendizaje: nivel de adquisición de competencias y conocimientos esperados.
- Tutorías: impacto y alcance de los programas de acompañamiento académico.
- Formación integral: evaluación de actividades extracurriculares, interdisciplinarias y de responsabilidad social.
- Infraestructura y recursos materiales: adecuación y suficiencia de los espacios y equipamiento disponibles para la enseñanza.

- Segunda evaluación interna parcial (a cuatro años de implementación):

- Después del egreso de la primera generación, se llevará a cabo una segunda evaluación interna parcial para profundizar en el análisis de los indicadores iniciales y observar tendencias. Esta etapa permitirá valorar la evolución del programa y realizar ajustes adicionales conforme a las necesidades detectadas.

- Evaluación interna integral (tras el egreso de la cuarta generación):

- Una vez que hayan egresado cuatro generaciones bajo este plan de estudios, se efectuará una evaluación interna integral que abarcará aspectos más amplios y estratégicos:
 - Pertinencia: alineación del programa con las demandas del mercado laboral, las necesidades sociales y los avances disciplinarios.
 - Diseño del programa educativo: evaluación de la estructura curricular, créditos, metodología de enseñanza y su efectividad en la formación de los estudiantes.
 - Factibilidad: análisis de los recursos humanos, financieros y materiales requeridos para sostener el programa.
 - Participación de egresados y empleadores: retroalimentación de exalumnos insertos en el mercado laboral y empleadores, para valorar la aplicabilidad y relevancia de las competencias adquiridas.
 - Análisis del mercado laboral: evolución de las oportunidades profesionales y demandas específicas del campo de la comunicación pública.



Este enfoque sistemático asegura un monitoreo constante del desempeño del programa y permite su adaptación proactiva frente a los cambios en el entorno académico, social y profesional.



En virtud de los antecedentes antes expuestos, y tomando en consideración los siguientes:

FUNDAMENTOS JURÍDICOS

- I. La Universidad de Guadalajara es un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 de su Ley Orgánica, promulgada y publicada por el titular del Poder Ejecutivo local del día 15 de enero de 1994 en el Periódico Oficial "El Estado de Jalisco", en ejecución del decreto número 15319 del Congreso local.
- II. Como lo señalan las fracciones I, II y IV del artículo 5 de la Ley Orgánica de la Universidad, son fines de esta Casa de Estudio la formación y actualización de los técnicos, bachilleres, técnicos profesionales, profesionistas, graduados y demás recursos humanos que requiere el desarrollo socio-económico de Jalisco; 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.
- III. Es atribución de la Universidad, según lo dispuesto por la fracción III del artículo 6 de la Ley Orgánica, realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3 de la Constitución Federal.
- IV. De acuerdo con el artículo 22 de su Ley Orgánica, la Universidad de Guadalajara adopta el modelo de Red para organizar sus actividades académicas y administrativas.
- V. El H. Consejo General Universitario, funciona en pleno o por comisiones, las que pueden ser permanentes o especiales, tal y como lo señala el artículo 27 de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara.
- VI. Es atribución del H. Consejo General Universitario conforme a lo establecido en el artículo 31, fracción VI, de la Ley Orgánica y el artículo 39, fracción I, del Estatuto General de la Universidad de Guadalajara, crear, suprimir o modificar carreras y programas de posgrado, así como promover iniciativas y estrategias para poner en marcha nuevas carreras y posgrados.
- VII. Es atribución de la Comisión Permanente de Educación del H. Consejo General Universitario, conocer y dictaminar acerca de las propuestas de los consejeros, del 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 e innovaciones pedagógicas, la administración académica y las reformas de las que estén en vigor, conforme lo establece el artículo 85, fracciones I y IV, del Estatuto General de la Universidad de Guadalajara.
- VIII. Como fundamento en el artículo 52, fracciones III y IV, de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, son atribuciones de los Consejos de los Centros Universitarios, aprobar los planes de estudio y someterlos a la aprobación del H. Consejo General Universitario.



- IX. Como lo establece el Estatuto General de la Universidad de Guadalajara en su artículo 138, fracción I, es atribución de los Consejos Divisionales sancionar y remitir a la autoridad competente propuestas de los Departamentos para la creación, transformación y supresión de planes y programas de estudio en licenciatura y posgrado.

Por lo antes expuesto y fundado, esta Comisión Permanente de Educación tiene a bien proponer al pleno del H. Consejo General Universitario los siguientes:

RESOLUTIVOS

PRIMERO. Se **modifica el plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública**, para operar en la modalidad escolarizada, bajo el sistema de créditos, para impartirse en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, a partir del ciclo escolar 2026 "A".

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

Áreas de Formación	Créditos	%
Área de Formación Básica Común	94	24
Área de Formación Básica Particular Obligatoria	120	30
Área de Formación Especializante Obligatoria	100	26
Área de Formación Especializante Selectiva	26	7
Área de Formación Optativa Abierta	50	13
Número mínimo total de créditos para optar por el título:	390	100

TERCERO. Las Unidades de Aprendizaje correspondientes al plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública se describen a continuación, por Área de Formación:

Área de Formación Básica Común						
Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Comunicación escrita	CT	20	40	60	6	
Comunicación oral	CT	20	40	60	6	
Comunicación visual	CT	40	20	60	6	
Contexto Sociopolítico de México	CT	50	10	60	8	
Estadística descriptiva	CT	40	20	60	6	
Estadística inferencial	CT	40	20	60	6	Estadística descriptiva



Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Ética de la comunicación	CT	50	10	60	8	
Formación integral I	T	0	24	24	2	
Formación integral II	T	0	24	24	2	Formación integral I
Formación integral III	T	0	24	24	2	Formación integral II
Formación integral IV	T	0	24	24	2	Formación integral III
Lengua extranjera I	CT	0	120	120	8	
Lengua extranjera II	CT	0	120	120	8	Lengua extranjera I
Lengua extranjera III	CT	0	120	120	8	Lengua extranjera II
Lengua extranjera IV	CT	0	120	120	8	Lengua extranjera III
Lógica y retórica	CT	48	24	72	8	
Análisis de problemas globales del Siglo XXI	CT	40	40	80	-	
Total		348	800	1,148	94	

Área de Formación Básica Particular Obligatoria

Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Derecho a la información y legislación de medios	CT	48	24	72	8	
Economía política de la información y la comunicación	CT	50	10	60	8	
Investigación documental	CT	20	40	60	6	
Investigación periodística	CT	20	40	60	6	
Lenguajes y lógicas de producción periodística I	CT	20	40	60	6	
Lenguajes y lógicas de producción periodística II	CT	20	40	60	6	Lenguajes y lógicas de producción periodística I
Mercadotecnia social y política	CT	40	20	60	6	
Opinión pública	CT	50	10	60	8	



Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Redacción de documentos de Comunicación Pública	CT	20	40	60	6	
Relaciones Públicas	CT	20	40	60	6	
Teoría social I	CT	50	10	60	8	
Teoría social II	CT	50	10	60	8	Teoría social I
Teoría social III	CT	50	10	60	8	Teoría social II
Teorías de la comunicación I	CT	50	10	60	8	
Teorías de la comunicación II	CT	50	10	60	8	Teorías de la comunicación I
Teorías de la comunicación III	CT	50	10	60	8	Teorías de la comunicación II
Teorías de la organización	CT	40	20	60	6	
Total		648	384	1,032	120	

Área de Formación Especializante Obligatoria

Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Comunicación educativa	CT	50	10	60	8	
Gestión estratégica I	CT	42	23	65	8	
Gestión estratégica II	CT	20	40	60	6	Gestión estratégica I
Los medios de comunicación en México	CT	40	20	60	6	
Comunicación política	CT	50	10	60	8	
Desarrollo de habilidades de gestión	CT	20	40	60	6	
Comunicación de riesgos	CT	42	23	65	8	
Comunicación institucional	CT	42	23	65	8	
Lenguajes y lógicas de producción audiovisual I	CT	20	40	60	6	
Lenguajes y lógicas de producción audiovisual II	CT	20	40	60	6	Lenguajes y lógicas de producción audiovisual I
Auditoría de la comunicación	CT	20	40	60	6	
Desarrollo de proyectos de Comunicación Pública I	CT	20	40	60	6	
Desarrollo de proyectos de	CT	20	40	60	6	Desarrollo de



Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Comunicación Pública II						proyectos de Comunicación Pública I



Métodos de investigación social	CT	20	40	60	6	
Marketing y estrategias digitales	CT	20	40	60	6	
Total		446	469	915	100	

Área de Formación Especializante Selectiva

Orientación en Comunicación Educativa						
Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Alfabetización mediática e informacional	CT	40	20	60	6	
Desarrollo de proyectos en comunicación educativa	CT	20	40	60	6	
Estudios de Casos en comunicación educativa	CT	40	20	60	6	
Teorías de comunicación educativa	CT	50	10	60	8	
Total		150	90	240	26	

Orientación en Comunicación Política						
Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Comportamiento político	CT	50	10	60	8	
Estrategias de comunicación política	CT	40	20	60	6	
Proyectos de mercadotecnia política	CT	20	40	60	6	
Proyectos de incidencia política	CT	40	20	60	6	
Total		150	90	240	26	

Orientación en Comunicación para el cambio social						
Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Comunicación de riesgos en crisis y emergencias	CT	40	20	60	6	
Comunicación para el cambio social	CT	50	10	60	8	
Comunicación Pública para la salud	CT	40	20	60	6	
Diseño de proyectos en intervención social	CT	20	40	60	6	
Total		150	90	240	26	



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp.021
Dictamen Núm. I/2025/075



Orientación en Investigación de la Comunicación						
Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Diseño e implementación de proyectos de investigación en Comunicación Pública	CT	20	40	60	6	
Campo profesional y Estudios de Caso de la Comunicación Pública	CT	40	20	60	6	
Metodología y técnicas avanzadas de la investigación de la Comunicación Pública	CT	40	20	60	6	
Pensamiento teórico contemporáneo de la Comunicación Pública	CT	50	10	60	8	
Total		150	90	240	26	

Área de Formación Optativa Abierta

Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Análisis institucional e imagen corporativa	CT	20	40	60	6	
Comunicación intercultural	CT	40	20	60	6	
Comunicación interpersonal	CT	48	24	72	8	
Comunicación, sociedad y política	CT	48	24	72	8	
Estudios de la cultura	CT	48	24	72	8	
Estudios sobre televisión	CT	48	24	72	8	
Fundamentos de análisis literarios	CT	40	20	60	6	
Fundamentos de diseño gráfico	CT	20	40	60	6	
Fundamentos de informática	CT	10	50	60	4	
Gestión cultural	CT	48	24	72	8	
Gestión de redes de información	CT	40	20	60	6	
Gestión y políticas públicas	CT	48	24	72	8	
Historia social del periodismo en México	CT	48	24	72	8	



Unidad de Aprendizaje	Tipo	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Laboratorio de aplicación profesional	CT	20	40	60	6	
Laboratorio de periodismo	CT	18	84	102	8	
Los medios de comunicación en Jalisco	CT	40	20	60	6	
Paquetes computacionales	CT	10	50	60	4	
Periodismo digital	CT	40	20	60	6	
Presupuestación y procuración de fondos	CT	40	20	60	6	
Propiedad intelectual I. Protección del conocimiento y las innovaciones	CT	45	15	60	7	
Propiedad intelectual II. Instituciones, Competencias y procedimientos para la protección de la Propiedad Intelectual	CT	48	24	72	8	Propiedad intelectual I. Protección del conocimiento y las innovaciones
Publicidad social	CT	20	40	60	6	
Sociedad de la información y nuevas tecnologías	CT	48	24	72	8	

C = Curso; CT = Curso-Taller; T = Taller.

CUARTO. Con el fin de fomentar un desarrollo armónico de los aspectos relacionados con la salud, el desarrollo profesional y la responsabilidad social, los estudiantes podrán participar en actividades de su elección que promuevan la igualdad de género, la cultura de paz, la formación de ciudadanía, la sustentabilidad medioambiental, la activación física, el desarrollo de habilidades socioemocionales y el pensamiento crítico, entre otras dimensiones de la formación integral. Estas actividades podrán llevarse a cabo en cualquier Centro Universitario de la Red, así como en instituciones de educación superior, tanto nacionales como extranjeras, siempre que cuenten con la autorización previa de las autoridades del Centro Universitario.

Estas experiencias tendrán valor curricular en las Unidades de Aprendizaje de Formación Integral, enriqueciendo así el perfil académico y profesional del estudiante.

QUINTO. Los requisitos académicos necesarios para el ingreso, son los establecidos por la normatividad universitaria vigente.



SEXTO. Las orientaciones establecidas en el Área de Formación Especializante Selectiva de este plan de estudios serán ofertadas de acuerdo con la planta académica y los recursos materiales del Departamento de Estudios de Comunicación Social. Para acreditar el Área de Formación Especializante Selectiva, el estudiante deberá seleccionar una orientación y acreditar las Unidades de Aprendizaje que la conforman.

SÉPTIMO. Los estudiantes recibirán apoyo tutorial por parte del Centro Universitario para la planeación de sus estudios y la mejora de sus procesos de aprendizaje, desde el ingreso al programa educativo hasta su finalización. La tutoría se considerará como un programa de apoyo que promueve la formación de los estudiantes, a través del acompañamiento académico y la orientación, así como la asesoría disciplinar y metodológica.

OCTAVO. El servicio social se realizará conforme a la normatividad universitaria vigente.

NOVENO. La duración estimada del programa de la Licenciatura en Comunicación Pública será de 8 ciclos escolares.

DÉCIMO. Los requisitos para obtener el título de la Licenciatura en Comunicación Pública, además, de los establecidos por la normatividad universitaria vigente, son los siguientes:

- Acreditar un segundo idioma en el nivel B1 correspondiente al Marco Común Europeo de referencia para las lenguas o su equivalente. Este nivel podrá ser acreditado mediante la aprobación de las Unidades de Aprendizaje de Lengua Extranjera I, II, III y IV o mediante certificado.
- Realizar 120 horas de prácticas profesionales en un lugar receptor que tenga convenio con el Centro Universitario.

DÉCIMO PRIMERO. El plan de estudios del programa educativo aprobado bajo el dictamen número I/2006/363, estará vigente hasta que egrese la generación que haya ingresado con ese plan de estudios.

DÉCIMO SEGUNDO. Para facilitar el tránsito de los estudiantes entre el plan vigente y la presente modificación, se aprueba la tabla de equivalencias que se anexa a este dictamen. Las Unidades de Aprendizaje que no cuenten con equivalencia conforme a la tabla de equivalencias, podrán sujetarse a la revisión de la Comisión de Revalidación de Estudios, Títulos y Grados, del Consejo Universitario del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, de conformidad con la normativa universitaria vigente.

DÉCIMO TERCERO. Los certificados se expedirán con la denominación de "Licenciatura en Comunicación Pública", y el título se otorgará como "Licenciada en Comunicación Pública" o "Licenciado en Comunicación Pública", según corresponda.



DÉCIMO CUARTO. El costo de operación e implementación de este programa educativo, será con cargo al techo presupuestal que tiene autorizado el Centro Universitario.

DÉCIMO QUINTO. Ejecútese el presente dictamen en los términos del artículo 35, primer párrafo, fracción II de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara.

Atentamente
"PIENSA Y TRABAJA"
"1925-2025, Un Siglo de Pensar y Trabajar"
Guadalajara, Jal., 28 de febrero de 2025
Comisión Permanente de Educación

Dr. Ricardo Villanueva Lomelí
Presidente

Dr. Juan Manuel Durán Juárez

Mtra. Karla Alejandrina Planter Pérez

Dr. Jaime Federico Andrade Villanueva

C. Daniel Fernando Aguilar Kotsiras Ralis

Mtro. Guillermo Arturo Gómez Mata
Secretario de Actas y Acuerdos



Tabla de equivalencias. A continuación, se presenta la tabla de equivalencias entre las Unidades de Aprendizaje del plan de estudios vigente y las correspondientes del plan propuesto para la Licenciatura en Comunicación Pública, con el objetivo de facilitar la transición entre ambos planes de estudio.

Tabla de equivalencias				
Clave	Unidades de Aprendizaje del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública dictamen I/2006/363	Créditos	Unidades de Aprendizaje del nuevo plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública	Créditos
D1174	Comunicación Escrita	6	Comunicación Escrita	6
D1173	Comunicación Oral	6	Comunicación Oral	6
D1179	Estadística Descriptiva	6	Estadística Descriptiva	6
D1180	Estadística Inferencial Paramétrica	6	Estadística Inferencial	6
D1177	Ética de la Comunicación	8	Ética de la Comunicación	8
D1175	Fundamentos de Análisis Literarios	6	Fundamentos de Análisis Literarios	6
D0902	Lengua Extranjera I	6	Lengua Extranjera I	8
D0903	Lengua Extranjera II	6	Lengua Extranjera II	8
D0904	Lengua Extranjera III	6	Lengua Extranjera III	8
D0905	Lengua Extranjera IV	6	Lengua Extranjera IV	8
D1176	Lógica y Retórica	8	Lógica y Retórica	8
D1178	Problemas Socioeconómicos y Políticos de México	8	Contexto Sociopolítico de México	8
D1182	Comunicación Interpersonal	8	Comunicación Interpersonal	8
D1190	Economía Política de la Información y la Comunicación	8	Economía Política de la Información y la Comunicación	8
D1199	Gestión Estratégica	8	Gestión Estratégica I	8
D1195	Investigación Documental y Electrónica	6	Investigación Documental	6
D1197	Investigación Periodística	6	Investigación Periodística	6
D1191	Legislación Nacional e Internacional de Medios	8	Derecho a la Información y Legislación de Medios	8
D1198	Lenguajes y Lógicas de Producción Audiovisual	6	Lenguajes y Lógicas de Producción Audiovisual I	6
D1196	Lenguajes y Lógicas de Producción Periodística	6	Lenguajes y Lógicas de Producción Periodística I	6
D1201	Mercadotecnia Social y Política	6	Mercadotecnia Social y Política	6



Tabla de equivalencias				
Clave	Unidades de Aprendizaje del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública dictamen I/2006/363	Créditos	Unidades de Aprendizaje del nuevo plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública	Créditos
D1194	Métodos Cualitativos de Investigación	6	Métodos de Investigación Social	6
D1205	Modelos de Planeación	6	Gestión Estratégica II	6
EP207	Opinión Pública	8	Opinión Pública	8
D1181	Redacción de Documentos de Comunicación Pública	6	Redacción de Documentos de Comunicación Pública	6
D1200	Relaciones Públicas	6	Relaciones Públicas	6
D1192	Sociedad de la Información y Nuevas Tecnologías	8	Sociedad de la Información y Nuevas Tecnologías	8
D1185	Teoría Social (Cultura)	8	Teoría Social III	8
D1184	Teoría Social (Política)	8	Teoría Social II	8
D1183	Teoría Social (Sociedad)	8	Teoría Social I	8
D1187	Teorías de la Comunicación (Modelos)	8	Teorías de la Comunicación I	8
D1188	Teorías de la Comunicación Masiva	8	Teorías de la Comunicación II	8
D1189	Teorías de la Comunicación Pública	8	Teorías de la Comunicación III	8
D1202	Teorías de la Organización	6	Teorías de la Organización	6
D1204	Teorías de Liderazgo y Habilidades Directivas	6	Desarrollo de Habilidades de Gestión	6
D1214	Auditoría de la Comunicación	6	Auditoría de la Comunicación	6
D1206	Comunicación Institucional	8	Comunicación Institucional	8
EP234	Comunicación Política	8	Comunicación Política	8
D1209	Desarrollo de Proyectos de Comunicación Pública I	6	Desarrollo de Proyectos de Comunicación Pública I	6
D1210	Desarrollo de Proyectos de Comunicación Pública II	6	Desarrollo de Proyectos de Comunicación Pública II	6
D1215	Diseño y Evaluación de Campañas Públicas	6	Marketing y Estrategias Digitales	6
D1208	Los Medios de Comunicación en Jalisco	6	Los Medios de Comunicación en Jalisco	6
D1207	Los Medios de Comunicación en México	6	Los Medios de Comunicación en México	6
D1211	Seminario de Titulación	6	Laboratorio de Aplicación Profesional	6



Tabla de equivalencias				
Clave	Unidades de Aprendizaje del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública dictamen I/2006/363	Créditos	Unidades de Aprendizaje del nuevo plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública	Créditos
D1213	Taller de Gestión y Producción Audiovisual	6	Lenguajes y Lógicas de Producción Audiovisual II	6
D1219	Diseño de proyectos de investigación en comunicación pública	6	Diseño e Implementación de Proyectos de Investigación en Comunicación Pública	6
D1218	Estudios en casos de investigación de la comunicación pública	6	Campo Profesional y Estudios de Caso de la Comunicación Pública	6
D1217	Metodología y Técnicas Avanzadas de la Investigación de la Comunicación Pública	6	Metodología y Técnicas Avanzadas de la Investigación de la Comunicación Pública	6
D1216	Paradigmas teóricos de la comunicación pública	8	Pensamiento Teórico Contemporáneo de la Comunicación Pública	8
D1221	Comunicación de Riesgo	6	Comunicación de Riesgos en Crisis y Emergencias	6
D1220	Comunicación para el Cambio Social	8	Comunicación para el Cambio Social	8
D1222	Comunicación para la Salud	6	Comunicación Pública para la Salud	6
D1223	Diseño de Proyectos en Intervención Social	6	Diseño de Proyectos en Intervención Social	6
D1224	Comportamiento Político Ciudadano	8	Comportamiento Político	8
D1226	Demoscopia de medios	6	Estrategias de Comunicación Política	6
D1227	Diseño de proyectos de mercadotecnia política	6	Proyectos de Mercadotecnia Política	6
D1225	Métodos y técnicas de cabildeo	6	Proyectos de Incidencia Política	6
D1229	Comunicación Alternativa y Educación No Formal	6	Estudios de Casos en Comunicación Educativa	6
D1231	Desarrollo de Proyectos de Comunicación Educativa	6	Desarrollo de Proyectos en Comunicación Educativa	6
D1228	Modelos Educativos Contemporáneos No Formales	8	Teorías de Comunicación Educativa	8
D1230	Nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información	6	Alfabetización Mediática e Informacional	6



Tabla de equivalencias				
Clave	Unidades de Aprendizaje del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública dictamen I/2006/363	Créditos	Unidades de Aprendizaje del nuevo plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Pública	Créditos
D1251	Análisis Institucional e Imagen Corporativa	6	Análisis Institucional e Imagen Corporativa	6
D1252	Ciberperiodismo	6	Periodismo Digital	6
D1234	Comunicación Intercultural	6	Comunicación Intercultural	6
D1244	Comunicación, Sociedad y Política	8	Comunicación, Sociedad y Política	8
D1237	Estudios de la Emisión	8	Estudios de la Cultura	8
D1235	Estudios Sobre Televisión	8	Estudios Sobre Televisión	8
D1249	Formación de Públicos	8	Gestión Cultural	8
D1240	Fundamentos de Diseño Gráfico	6	Fundamentos de Diseño Gráfico	6
D1241	Fundamentos de Informática	4	Fundamentos de Informática	4
D1254	Géneros Periodísticos	6	Lenguajes y Lógicas de Producción Periodística II	6
D1255	Gestión de Redes de Información	6	Gestión de Redes de Información	6
D1247	Gestión y Políticas Públicas	8	Gestión y Políticas Públicas	8
D1253	Historia Social del Periodismo en México	8	Historia Social del Periodismo en México	8
D1243	Paquetes Computacionales	4	Paquetes Computacionales	4
D1242	Programación y Presupuestación	6	Presupuestación y Procuración de Fondos	6
D0638	Propiedad Intelectual I Protección del Conocimiento y las Innovaciones	7	Propiedad Intelectual I Protección del Conocimiento y las Innovaciones	7
D0639	Propiedad Intelectual II Instituciones, Competencias y Procedimientos para la Protección de la Propiedad Intelectual	8	Propiedad Intelectual II Instituciones, Competencias y Procedimientos para la Protección de la Propiedad Intelectual	8
D1256	Publicidad Social	6	Publicidad Social	6