



Licenciatura en Comunicación y Medios Digitales

El egresado de la Licenciatura en Comunicación y Medios Digitales será competente para los siguientes conocimientos, habilidades, actitudes y destrezas:



Conocimientos

- Fundamentos y estrategias de los medios de comunicación impresos, audiovisuales y electrónicos.
- Producción multimedia.
- Nuevas técnicas de propaganda y opinión pública.
- Técnicas de comunicación oral.
- Principios de la comunicación política.
- Elementos clave de imagen y opinión pública.
- Técnicas en la redacción de guiones.
- Legislación para la comunicación.
- Perspectiva social de las diferentes áreas de intervención de la comunicación.
- Producción editorial en medios impresos y digitales.
- Proceso de producción, edición y postproducción audiovisual.
- Técnicas de la fotografía y animación digital.
- Principios del diseño vectorial.
- Elementos básicos de composición de texto, forma y color.
- Diseño creativo y herramientas para los hipermedios.
- Fundamentos de comunicación organizacional.
- Principios de relaciones públicas en el quehacer comunicacional.
- Procesos de investigación cuantitativa y cualitativa.



Habilidades

- Medición de audiencia y análisis de impacto.
- Proponer estrategias de comunicación organizacional.
- Investigar e interpretar fenómenos sociales desde una perspectiva comunicativa.
- Explicar las principales teorías de la comunicación aplicadas a situaciones reales.
- Comprender los sucesos actuales de la política internacional.
- Desarrollar campañas de publicidad y estrategias de mercadotecnia.
- Diseñar y realizar producciones audiovisuales.
- Gestionar las técnicas y procesos comunicativos, así como el registro y difusión de la información.
- Aplicar técnicas fotográficas para la producción de mensajes visuales.
- Aplicar técnicas y procesos de producción multimedia y materiales interactivos.
- Llevar a cabo mediciones de información en diversos medios de comunicación.
- Diseñar el ambiente sonoro de producciones audiovisuales o multimedia.
- Aplicar técnicas de gestión de planes de comunicación organizacional.



Actitudes

- Dispuesto a trabajar en equipos multidisciplinarios.
- Comprometido con el mejoramiento, innovación y calidad de los servicios.
- Respetuoso de las costumbres, cultura, valores y tradiciones de los diferentes actores y entornos de la comunicación.
- Crítico y propositivo hacia los procesos de comunicación y su papel como transformador social.
- Capacidad para conformar y liderar equipos de trabajos.
- Proactivo, ético, responsable y honesto en el actuar profesional.
- Comprometido con los resultados organizacionales.
- Calidad en la ejecución de servicios y productos.
- Objetivo en el análisis de información.
- Comprometido con la responsabilidad social.
- Emprendedor de nuevos proyectos.
- Gusto por la innovación.
- Tolerante a la frustración.
- Capacidad para trabajar bajo presión.



Destrezas

- Diseñar, operar, coordinar, dirigir y evaluar proyectos y procesos de comunicación en los ámbitos mediático, institucional, organizacional, comunitario y personal con una actitud ética, veraz y de respeto.
- Desarrollar la preproducción, producción y post producción de proyectos de audio y video en medios de comunicación tradicional y digital a través del manejo de equipo tecnológico y humano, para resolver situaciones específicas de comunicación.
- Diseñar materiales interactivos y multimedia que incorporen el avance de las tecnologías aplicables a la comunicación, con un enfoque creativo y disciplinado.
- Desarrollar contenidos periodísticos en medios impresos y digitales a partir del uso de estrategias argumentativas e informativas según el género periodístico, para transmitir información bajo los principios de oportunidad, objetividad y veracidad.
- Dirigir la línea editorial en los medios de comunicación para emitir los contenidos pertinentes de acuerdo a la política y estilo de cada medio, identificando los elementos característicos de los mismos.
- Diseñar, desarrollar, implementar y evaluar campañas de contenido social, haciendo uso de las estrategias de comunicación, para influir positivamente en el público, tomando como base el bien común y la responsabilidad de su profesión con la sociedad.
- Diagnosticar, formular y evaluar estrategias de comunicación organizacional a través de la recolección de datos y detección de necesidades específicas para establecer el plan de comunicación basado en criterios de calidad.
- Crear y gestionar proyectos de comunicación en alta dirección, para lograr los objetivos organizacionales, incrementar la productividad, los resultados de la empresa y satisfacer las necesidades de los públicos a través de la aplicación de los conocimientos de comunicación interna y externa, las habilidades de liderazgo, negociación y toma de decisiones, basándose en la responsabilidad y agregando valor a la sociedad.