

▼ PERFIL DEL ASPIRANTE ¡ALGUIEN COMO TÚ!

El aspirante a la carrera de Licenciatura Comunicación Social tiene una conexión personal con la verdad y la transparencia; así como un gusto particular por estar rodeado de más personas y participar en diversas actividades. Muchos de los aspirantes podrán ya estar trabajando en el ámbito de la comunicación o estar influenciados por alguna personalidad a la cual admiran. Suelen orientarse a esta carrera personas creativas, con habilidad para relacionarse, hablar en público y cuyo carisma es innato.

▼ REQUISITOS DE INGRESO

Para ingresar a la carrera se requiere del cumplimiento de los siguientes requisitos de admisión:

- Presentar original y copia del diploma de terminación de estudios secundarios, premedia y media.
- Presentar original y copia de los créditos de estudios secundarios.
- Si el estudiante ha realizado estudios universitarios, presentará lo exigido en los puntos anteriores, además del original y una copia de los créditos universitarios que obtuvo en otras universidades reconocidas por la Ley y la propia Universidad del Istmo para realizar las convalidaciones respectivas.
- Presentar el original y copia de la cédula.
- Presentar dos fotografías tamaño carné.

Los estudiantes nacionales o extranjeros con estudios fuera del país deberán:

- Presentar original y copia del pasaporte.
- Presentar dos fotografías tamaño carné.

• Presentar los diplomas y créditos con la certificación oficial de la cancillería o consulado panameño correspondiente, o el apostille de La Haya, tanto para estudios secundarios como créditos universitarios para convalidar traducidos al castellano por perito cuando corresponda, adjuntando el plan de estudios cursado y la descripción de los contenidos de las materias con el sello de la Universidad de procedencia.

▼ REQUISITOS DE GRADUACIÓN

Los requisitos de graduación son los siguientes:

- Haber aprobado todas las asignaturas del programa de licenciatura con una calificación mínima de 71.
- Haber obtenido como puntaje final 71 como mínimo o un índice mínimo de 1.0.
- Realizar un trabajo de graduación, el cual debe ser la elaboración de una tesis de grado o realizar un proyecto de emprendimiento.
- Estar a paz y salvo financiero y con otros servicios que le presta la Universidad.
- Aprobar la plataforma y el examen de egreso del idioma inglés aplicado por la Universidad del Istmo.
- Realizar la compleción de 100 horas de trabajo voluntario.

▼ REQUISITOS DE PERMANENCIA

Para poder permanecer dentro de las carreras, el estudiante debe mantener un puntaje mínimo de 71 puntos o un índice acumulativo de 1.0. La escala de calificación por asignatura es de 1 a 100, en donde la nota mínima aprobatoria es de 71.

Inicio de Clases: _____

Inversión por matrícula: _____

Inversión por cada materia: _____

Cantidad de materias: _____

Servicios adicionales: _____

Pago total: _____

DESARROLLA CAPACIDADES DE
PRODUCCIÓN, CREATIVIDAD Y
REDACCIÓN PARA LA NUEVA ERA
DE LA COMUNICACIÓN

▼ Licenciatura en Comunicación Social



800 - 0606



@Udelistmo



universidaddelistmop



@Udelistmo



@Udelistmo

▼ Modalidad:

PRESENCIAL
VIRTUAL

11 cuatrimestres
CTDA-082-2019 (17/MAY/2019)

OBJETIVO GENERAL

Formar profesionales de la comunicación capaces de diseñar, planificar y gestionar diversos tipos de estrategias de información y comunicación que mediante el empleo de las mejores herramientas y prácticas de la comunicación, contribuyan con adecuados procesos de transparencia y de libertad de expresión de la ciudadanía y el país en general.

PLAN DE ESTUDIO

I CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
GEN 0189	Español	16	32	48	2	NT
COM 1658	Historia de la Comunicación	32	32	64	3	NT
GEN 1394	Identidad Universitaria	16	0	16	1	NT
COM 1659	Introducción a la Comunicación Social	32	32	64	3	NT
GEN 1389	Planeación y Manejo del Tiempo	16	0	16	1	NT
COM 1660	Storytelling para comunicadores	32	32	64	3	NT
Total Créditos Cuatrimestre		144	128	272	13	

II CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
COM 1661	Fundamentos de Periodismo	32	32	64	3	COM 1659
GEN 1473	Informática	16	0	16	1	NT
ING 1466	Inglés I	48	32	80	4	NT
COM 1662	Sociología de la Comunicación	32	32	64	3	NT
COM 1663	Taller de Redacción para Comunicadores Sociales	32	32	64	3	COM 1660
COM 1084	Teoría de la Comunicación	32	32	64	3	COM 1659
Total Créditos Cuatrimestre		192	160	352	17	

III CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
COM 1664	Análisis del Discurso	32	32	64	3	COM 1084
COM 1665	Derecho de la Comunicación	32	32	64	3	COM 1084
EST 151	Estadística I	32	32	64	3	NT
ING 1467	Inglés II	48	32	80	4	ING 1466
GEN 1382	Introducción al Conocimiento Científico	16	32	48	2	NT
COM 1087	Psicología de la Comunicación	32	32	64	3	COM 1084
Total Créditos Cuatrimestre		192	192	384	18	

IV CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
COM 1666	Comunicación y Poder	32	32	64	3	COM 1084
COM 1667	Fundamentos de Publicidad	32	32	64	3	COM 1084
GEN 1065	Geografía de Panamá	16	32	48	2	NT
ING 1468	Inglés III	48	32	80	4	ING 1467
COM 1119	Relaciones Públicas	32	32	64	3	COM 1084
COM 1668	Técnicas de Relato y Narración	32	32	64	3	COM 1663
Total Créditos Cuatrimestre		192	192	384	18	

V CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
COM 1669	Comunicación en Medios Digitales y Redes Sociales	32	32	64	3	COM 1084
COM 1670	Géneros Periodísticos	32	32	64	3	COM 1661
GEN 291	Historia de Panamá	32	32	64	3	NT
ING 1469	Inglés IV	48	32	80	4	ING 1468
COM 1671	Producción de Audio	32	32	64	3	COM 1668
COM 1672	Técnicas Publicitarias	32	32	64	3	COM 1667
Total Créditos Cuatrimestre		208	192	400	19	

VI CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
COM 1673	Análisis Estadístico de Redes Sociales	32	32	64	3	EST 0151
ADM 1362	Comunicación Intercultural	32	32	64	3	NT
COM 1674	Comunicación y Relaciones Humanas	32	32	64	3	COM 1084
ING 1470	Inglés V	48	32	80	4	ING 1469
GEN 1428	Historia de las Relaciones entre Panamá y Estados Unidos de América	16	32	48	2	NT
COM 1675	Producción y Dirección de Video	32	32	64	3	COM 1671
Total Créditos Cuatrimestre		192	192	384	18	

VII CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
COM 1676	Comunicación Inclusiva	32	32	64	3	COM 1084
COM 1433	Comunicación Organizacional	32	32	64	3	COM 1084
GEN 1393	Ética Profesional	16	0	16	1	NT
COM 1592	Fotografía Digital	32	32	64	3	COM 1667
ING 1471	Inglés VI	48	32	80	4	ING 1470
COM 1677	Periodismo Televisivo y Radiofónico	32	32	64	3	COM 1675
Total Créditos Cuatrimestre		192	160	352	17	

VIII CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
COM 1678	Comunicación de Crisis	32	32	64	3	COM 1084
ING 1411	Intraemprendimiento	16	0	16	1	NT
MAT 1472	Introducción a la Matemática	32	32	64	3	NT
MAR 1611	Marketing Digital y Redes Sociales	32	32	64	3	COM 1673
GEN 1384	Metodología de la Investigación	16	0	16	1	GEN 1382
ECO 1317	Microeconomía	32	32	64	3	NT
Total Créditos Cuatrimestre		160	128	288	14	

IX CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
GEN 1430	Algoritmia y Programación	16	0	16	1	MAT 1472
COM 1679	Comunicación, Políticas Públicas y Ciudadanía	32	32	64	3	COM 1084
GEN 1309	Educación Ambiental	16	32	48	2	NT
COM 1680	Gestión de la Reputación Organizacional	32	32	64	3	COM 1678
COM 1681	Investigación de Públicos y Audiencias	32	32	64	3	GEN 1384
COM 1682	Planificación de la Comunicación	32	32	64	3	GEN 1084
Total Créditos Cuatrimestre		160	160	320	15	

X CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
GEN 1363	Identidad de la Sociedad Panameña	16	0	16	1	NT
GEN 1453	Práctica Profesional	16	480	496	16	COM 1682
GEN 1359	Prevención y Promoción de la Salud	0	32	32	1	NT
Total Créditos Cuatrimestre		32	512	544	18	

XI CUATRIMESTRE		HORAS			CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
CÓDIGO NUEVO	DENOMINACIÓN	Teóricas	Prácticas	Total horas		
GEN 1385	Formación Ciudadana y Resp. Social	16	0	16	1	NT
GEN 1431	Gestión Tecnológica e Innovación	16	0	16	1	NT
GEN 0336	Trabajo de Graduación	32	32	64	3	GEN 1453
Total Créditos Cuatrimestre		64	32	96	5	

▲ Total de horas teóricas: **1728** Total de horas prácticas: **2048**
▲ Total de horas: **3776** Total de créditos: **172** ▲

▼ PERFIL DEL EGRESADO

El perfil del egresado de la Licenciatura en Comunicación Social alcanzará los siguientes saberes según las tres dimensiones de formación:

Conocimientos.

- Maneja los fundamentos de la comunicación institucional y de la comunicación masiva.
- Conoce los elementos constitutivos de cada uno de los medios de comunicación: estructuralista, funcionalista y semiótica
- Identifica y aplica los elementos fundamentales de la lingüística del castellano en el diseño de acciones de comunicación.
- Investiga de manera crítica problemáticas sociales de interés comunicacional a partir de su ubicación en el contexto histórico y cultural, mediante el uso de las herramientas que proporcionan las ciencias sociales y humanas, y observando una postura ética.
- Interpreta los elementos de los enfoques metodológicos cualitativos, cuantitativos y mixtos para su aplicación en el desarrollo de acciones de comunicación.
- Conoce las diversas particularidades de los medios digitales durante el diseño de acciones de comunicación.
- Maneja las principales herramientas de comunicación tanto en medios tradicionales como en medios digitales.
- Describe las principales teorías y enfoques contemporáneos de la comunicación.
- Conocer las metodologías e instrumentos para el análisis, la investigación de la comunicación y la producción de diferentes tipos de discursos.

Habilidades y destrezas.

- Se comunica con un nivel de escritura y de habla correcto y de acuerdo con las normas del idioma castellano.
- Redacta textos de acuerdo con las características de los diversos géneros periodísticos: editorial, artículos de opinión, reportaje, noticia y artículos de fondo, así como para las diferentes secciones de un periódico o revista, o sitio web.
- Es capaz de escribir guiones para diversos géneros radiofónicos, televisivos y cortometrajes cinematográficos
- Interactúa con diversos tipos de audiencias de manera consciente, responsable y ético, haciendo uso del código oral, escrito o visual, con el apoyo de las nuevas tecnologías y aplicando los principios teóricos de la comunicación social.
- Elabora textos informativos en variados formatos para que sean difundidos en diferentes medios de comunicación y plataformas tecnológicas, empleando los valores y los criterios éticos de la profesión.
- Propone, planifica y realiza diversos productos audiovisuales para diversos medios radiales, televisivos, cinematográficos y medios digitales.
- Elabora textos informativos de interés público para diferentes audiencias para que sean difundidos en medios masivos y plataformas tecnológicas.
- Concibe, diseña e implementa diversos planes y estrategias comunicacionales para las audiencias de una organización (internas y externas), coherentes con sus objetivos, ordenamiento jurídico y a los criterios de sustentabilidad y responsabilidad social establecidos.
- Elabora contenidos en los diferentes lenguajes y soportes, con fines informativos, periodísticos, educativos, de incidencia, participación social, publicitarios, entre otros.

Actitudes.

- Demuestra una actitud proactiva ante los retos y los desafíos que presenta la comunicación, para plantear estrategias y planes que solventen las necesidades identificadas y que tengan un alto impacto social.
- Se muestra responsable con el manejo de las diversas herramientas de comunicación vigentes especialmente de las redes sociales, para lograr mensajes claros, éticos y transparentes.
- Demuestra sensibilidad y comprensión genuina por los retos sociales que se plantean en la actualidad.
- Es consciente de los impactos que tienen las tecnologías de información y comunicación en las actividades cotidianas de los ciudadanos.
- Trabaja en conjunto con equipos de mercadeo para llevar adelante estrategias y acciones de marketing que puedan emplearse en empresas y/u organizaciones.
- Se muestra sensible ante los requerimientos y consultas que presentan los diversos actores de la ciudadanía.
- Se desempeña de forma proactiva en la implementación de estrategias o acciones de comunicación para mejorar la calidad de vida de las personas.
- Trabaja de forma colaborativa con otros profesionales de la comunicación en la búsqueda de soluciones para propiciar un ambiente democrático mejor.
- Lidera o participa en equipos multidisciplinares que lleven adelante estrategias de comunicación, campañas políticas, comunicaciones institucionales y/ o estrategias de marketing.