

ÁREA	SUBÁREA	TEMA
<p style="text-align: center;">COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</p>	<p style="text-align: center;">Diseño de planes de comunicación organizacional, internos y externo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Filosofía y cultura institucional de una organización ○ Diagnóstico para el plan de comunicación organizacional ○ Manejo de grupos organizacionales ○ Desarrollo humano ○ Solución de conflictos y situaciones de crisis en las organizaciones
	<p style="text-align: center;">Desarrollo de planes de comunicación organizacional, internos y externos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación de programas de relaciones públicas ○ Administración de personal
		<ul style="list-style-type: none"> ○ Relaciones humanas dentro de la organización ○ Diseño de manuales de identidad empresarial ○ Puesta en marcha de un plan de comunicación organizacional ○ Evaluación un plan de comunicación organizacional

INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN	Diseño de proyectos de investigación	<ul style="list-style-type: none"> ○ Construcción del objeto de estudio ○ Desarrollo del protocolo de la investigación
	Desarrollo de la investigación	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ejecución de la investigación ○ Análisis de la información obtenida en la investigación de campo
PRODUCTOS COMUNICATIVOS	Preproducción de productos comunicativos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Características de los medios de comunicación ○ Guiones para los medios audiovisuales ○ Estrategias de comunicación ○ Requerimientos humanos y

		materiales de la producción
	Producción de productos comunicativos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Manejo de la puesta en escena ○ Imagen y sonido
	Posproducción de productos comunicativos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Edición de audio e imagen ○ Montaje de audio e imagen

	<p>Desarrollo y evaluación de productos comunicativos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Características de los medios impresos ○ Evaluación del contenido, producción, difusión y efectos de la comunicación realizada ○ Planeación de proyectos para medios interactivos
<p>PUBLICIDAD</p>	<p>Diseño de campañas publicitarias</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Estructura básica de una agencia publicitaria ○ Características de marca, producto o servicio, el cliente y el consumidor para elaborar un diagnóstico ○ Planeación de la estrategia de comunicación publicitaria

		<ul style="list-style-type: none"> ○ Investigación de mercados ○ Planes de estrategias de ventas ○ Planeación de campañas ○ Diseño y maquetación de empaques ○ Diseño de marcas y logotipos
	Ejecución de campañas publicitarias	<ul style="list-style-type: none"> ○ Medio por utilizar y mensaje o diseño pertinentes ○ Desarrollo de la estrategia de comunicación publicitaria ○ Exportación de productos
PERIODISMO	Planeación y diseño del trabajo periodístico	<ul style="list-style-type: none"> ○ Construcción de la agenda informativa ○ Estrategias para obtener información
	Desarrollo del trabajo periodístico	<ul style="list-style-type: none"> ○ Información para elaborar textos para los diferentes medios periodísticos ○ Edición de la información para la redacción de textos periodísticos

		<ul style="list-style-type: none">○ Materiales de apoyo para un texto periodístico○ Edición○ Redacción○ Producción○ Diseño digital para publicaciones
--	--	---