



CARACTERÍSTICAS GENERALES

a) Nombre del Proyecto Curricular

Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales

b) Título que se otorga

Licenciado/a en Gestión de la Información en Redes Sociales

c) Espacio donde se imparte

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

d) Total de créditos

382 (367 obligatorios y 15 optativos)

e) Área del conocimiento al que pertenece

Ciencias Sociales, Administración y Derecho

f) Calendario escolar y periodos para administrar las unidades de aprendizaje

Calendario escolar anual, con dos periodos regulares y un intensivo

g) Modalidad educativa en la que se impartirá

Mixta (escolarizada y no escolarizada), bajo la combinación de los sistemas de administración de la enseñanza: flexible y a distancia.



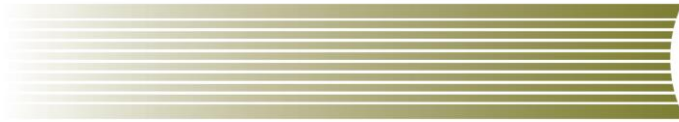
OBJETIVOS DE LA CARRERA

Formar profesionales que contribuyan al progreso social, económico y cultural del país, a través de los siguientes objetivos:

- Crear sistemas de bases de datos mediante algoritmos, modelos matemáticos y modelos de software; para almacenar, recuperar y procesar datos de la sociedad en red.
- Seleccionar métodos y técnicas en el análisis de datos, comprender su significado, procesarlo y convertirlo en información útil para las organizaciones públicas y privadas.
- Evaluar decisiones y formular soluciones racionales y éticas sobre el uso, acceso y protección de los datos e información, para crear sistemas de información de la sociedad en red.
- Seleccionar los principios, métodos y técnicas estadísticas, modelos de inteligencia artificial, minería de datos y teoría de juegos; para analizar datos, localizar patrones, identificar tendencias, necesidades y problemáticas de la sociedad en red.
- Investigar mercados a través de métodos cuantitativos y cualitativos para mejorar o innovar productos tangibles e intangibles, e identificar oportunidades de negocio en las organizaciones públicas y privadas.
- Desarrollar habilidades en el uso de las tecnologías de la información y comunicación, para operar plataformas digitales y comunidades virtuales de la sociedad en red.
- Crear estrategias discursivas mediante la composición editorial y diseño gráfico, para comunicar información, contenido e imagen de personas, productos tangibles e intangibles, organizaciones públicas y privadas en plataformas y redes sociales digitales.
- Gestionar información de las organizaciones públicas y privadas a través del proceso administrativo, para tomar decisiones estratégicas en los ámbitos de intervención profesional de los sectores primario, secundario y terciario.
- Seleccionar los canales y medios de comunicación para difundir información, promover la identidad, imagen y reputación de personas y organizaciones; así como comercializar productos tangibles e intangibles vía *internet*.
- Colaborar en la formulación de políticas, legislación y lineamientos en torno al acceso, uso y protección de datos e información de las personas y organizaciones públicas y privadas.



- Administrar sistemas de información en plataformas tecnológicas y redes sociales digitales, respetando las políticas, legislación y lineamientos sobre el uso, acceso y protección de datos e información.
- Proponer información para la toma de decisiones en el desarrollo de políticas públicas, para atender necesidades y resolver problemas en materia de planeación y desarrollo urbano, demográfico, educativo, salud, trabajo, seguridad social, vivienda, entre otros.



PERFIL DE EGRESO

Funciones profesionales que desarrollará el egresado

- Evalúa datos para identificar patrones, tendencias, necesidades y problemáticas de la sociedad en red a nivel internacional y nacional.
- Formula propuestas de información sobre identidad e imagen personal, profesional y corporativa.
- Gestiona estratégicamente la información en las organizaciones públicas y privadas sobre tendencias, necesidades y problemáticas de la sociedad en red, para la toma de decisiones.
- Gestiona comunidades virtuales de la sociedad en red.
- Evalúa el desempeño de organizaciones públicas y privadas en el manejo de datos e información, para mejorar la eficacia, eficiencia y distribución de productos tangibles e intangibles en la sociedad en red.
- Colabora en la formulación de políticas y acciones gubernamentales sobre el acceso, uso y protección de datos e información de la sociedad en red.



ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS NÚCLEO BÁSICO

OBLIGATORIAS

NO.	UNIDAD DE APRENDIZAJE	TIPO	HT	HP	TH	CR	ÁREA CURRICULAR
1	Álgebra lineal	Curso	4	0	4	8	Matemáticas
2	Estadística descriptiva	Curso	4	2	6	10	Matemáticas
3	Gestión	Curso	3	1	4	7	Gestión estratégica
4	Gestión informática	Curso	3	1	4	7	Gestión estratégica
5	Inglés 5	Curso-taller	2	2	4	6	Idiomas
6	Inglés 6	Curso-taller	2	2	4	6	Idiomas
7	Inglés 7	Curso-taller	2	2	4	6	Idiomas
8	Inglés 8	Curso-Taller	2	2	4	6	Idiomas
9	Mercadotecnia	Taller	1	3	4	5	Mercadotecnia
10	Programación	Taller	1	3	4	5	Informática
11	Psicología del consumidor	Curso	3	1	4	7	Psicología
12	Psicología social	Curso	4	0	4	8	Psicología
13	Semiótica	Curso	3	1	4	7	Comunicación
14	Sociedad de la información y del conocimiento	Curso	4	0	4	8	Sociología
15	Teoría de grafos	Curso	3	1	4	7	Matemáticas
16	Teorías de las redes sociales	Curso	5	1	6	11	Sociología
TOTAL			46	22	68	114	



NÚCLEO SUSTANTIVO

OBLIGATORIAS

NO.	UNIDAD DE APRENDIZAJE	TIPO	HT	HP	TH	CR	ÁREA CURRICULAR
1	Bases de datos	Taller	1	3	4	5	Informática
2	Delitos cibernéticos	Curso	4	0	4	8	Derecho
3	Diseño gráfico	Taller	1	3	4	5	Diseño gráfico
4	Estadística inferencial I	Curso	4	0	4	8	Matemáticas
5	Estadística inferencial II	Curso	4	0	4	8	Matemáticas
6	Gestión de comunidades virtuales	Taller	1	3	4	5	Informática
7	Gestión de la información	Taller	1	3	4	5	Gestión estratégica
8	Gestión financiera	Curso	3	1	4	7	Gestión estratégica
9	Herramientas cuantitativas para la toma de decisiones	Taller	2	4	6	8	Matemáticas
10	Inteligencia artificial	Taller	1	3	4	5	Informática
11	Investigación de mercados	Taller	1	3	4	5	Mercadotecnia
12	Lógica	Curso	4	0	4	8	Matemáticas
13	Marco normativo de la información	Curso	4	2	6	10	Derecho
14	Mercadotecnia en áreas especiales	Taller	1	3	4	5	Mercadotecnia
15	Métricas de medios sociales	Taller	1	3	4	5	Mercadotecnia
16	Minería de datos	Taller	1	2	3	4	Informática
17	Planes de contingencias	Taller	1	3	4	5	Comunicación
18	Práctica discursiva	Taller	0	4	4	4	Comunicación
19	Seguridad en las tecnologías de la información y comunicación	Taller	1	3	4	5	Informática
20	Teoría de la decisión	Curso	3	1	4	7	Gestión estratégica



NO.	UNIDAD DE APRENDIZAJE	TIPO	HT	HP	TH	CR	ÁREA CURRICULAR
21	Teoría del discurso	Curso	4	2	6	10	Comunicación
22	Teorías y modelos de comunicación	Curso	4	2	6	10	Comunicación
TOTAL			47	48	95	142	



NÚCLEO INTEGRAL

OBLIGATORIAS

NO.	UNIDAD DE APRENDIZAJE	TIPO	HT	HP	TH	CR	ÁREA CURRICULAR
1	Comunicación organizacional	Taller	1	5	6	7	Comunicación
2	Dirección estratégica	Curso	4	2	6	10	Gestión estratégica
3	<i>E-business</i>	Taller	1	3	4	5	Gestión estratégica
4	<i>E-commerce</i>	Taller	1	3	4	5	Gestión estratégica
5	<i>E-government</i>	Taller	1	3	4	5	Gestión estratégica
6	Ética profesional	Curso-taller	2	4	6	8	Derecho
7	Gestión estratégica de medios de información y comunicación	Taller	2	4	6	8	Gestión estratégica
8	Inteligencia de mercados	Taller	1	3	4	5	Mercadotecnia
9	Mercadotecnia relacional	Taller	1	3	4	5	Mercadotecnia
10	Plan estratégico online	Taller	1	3	4	5	Gestión estratégica
11	Proyecto emprendedor	Taller	0	6	6	6	Gestión estratégica
12	Toma de decisiones estratégicas	Taller	0	4	4	4	Gestión estratégica
	Integrativa profesional*	Curso-taller	--	--	--	8	Gestión estratégica
	Práctica profesional*	Estancia	--	--	--	30	Gestión estratégica
SUBTOTAL			15	43 +**	58 +**	111	

*Actividades académicas.

**Horas de las actividades académicas.



OPTATIVAS. Acreditar 3 UA para cubrir 15 créditos.

NO.	UNIDAD DE APRENDIZAJE	TIPO	HT	HP	TH	CR	ÁREA CURRICULAR
1	Alianzas estratégicas	Taller	1	3	4	5	Gestión estratégica
2	Antropología visual	Taller	1	3	4	5	Sociología
3	<i>Branding</i>	Taller	1	3	4	5	Mercadotecnia
4	Diseño vectorial	Taller	1	3	4	5	Diseño gráfico
5	Estrategias de promoción	Taller	1	3	4	5	Mercadotecnia
6	Medios audiovisuales	Taller	1	3	4	5	Diseño gráfico
7	Psicología de la publicidad	Taller	1	3	4	5	Psicología
8	Psicología del color	Taller	1	3	4	5	Psicología
9	Sociotécnica	Taller	1	3	4	5	Sociología
10	Técnicas de negociación	Taller	1	3	4	5	Mercadotecnia
11	<i>Web crawler</i>	Taller	1	3	4	5	Informática
TOTAL			3	9	12	15	

15+ 2*	TOTAL	18	52 +**	70 +**	126	
-------------------	--------------	-----------	-------------------	-------------------	------------	--

*Actividades académicas.

**Horas de las actividades académicas.

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA OBLIGATORIAS	50 + 2 ACTIVIDADES ACADÉMICAS
UA OPTATIVAS	3
UA A ACREDITAR	53 + 2 ACTIVIDADES ACADÉMICAS
CRÉDITOS	382