

DOCTORADO EN **INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN**

Incorporado al Padrón del Programa Nacional
de Posgrados de Calidad del CONACYT





DOCTORADO EN INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

La Universidad Anáhuac surgió en 1964 con el objetivo fundamental de elevar la condición humana y social de los hombres y las mujeres de México mediante la formación integral de líderes de acción positiva con valores y conciencia social.

MISIÓN

Ser una comunidad universitaria que contribuye e impulsa el proceso de formación integral de las personas que por su excelente e innovadora preparación profesional y cultural de nivel internacional, por su profunda formación humana y moral inspirada en los valores perennes del humanismo cristiano, y por su genuina conciencia social sean líderes de acción positiva que promuevan el desarrollo del ser humano y de la sociedad.

El Doctorado en Investigación de la Comunicación (DEIC) está incorporado al Padrón del Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Esta distinción se otorga sólo a los programas que acreditan un riguroso proceso de evaluación y seguimiento, realizado por pares académicos y científicos, lo que demuestra el cumplimiento de los más altos estándares de calidad, productividad, desempeño y pertinencia científica.

El DEIC es un programa para la formación de investigadores del más alto nivel en la producción académica, reflexión ética, y sensibles a los problemas que vive la sociedad.

Para ello, propone a la comunidad de docentes, investigadores y alumnos del DEIC, dos Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC):

LGAC 1: Realidad social, políticas públicas, comunicación y tecnología.

LGAC 2: Estudios institucionales, organizacionales y de comunicación.

La **LGAC 1** busca analizar la complejidad mediática de México y del mundo actual dentro de los sectores internacional, privado, público y social así como su influencia en la sociedad ante el reto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que han venido sumando los temas de virtualidad y convergencia digital, pese a la eliminación de las barreras espacio-temporales, continuando con retos importantes en las dimensiones de la desintegración del tejido social, la violencia, el poder desmedido, la corrupción, la exclusión, las audiencias activas y/o la falta de voz y auténtica participación.

La **LGAC 2** invita a analizar los núcleos, organizaciones, instituciones y asociaciones que integran a la sociedad moderna cuyos movimientos, alianzas y distanciamientos van forjando el rumbo de los países como parte de la globalización y de los nuevos escenarios mundiales, por lo que las problemáticas en este contexto son la ampliación de la capacidad creativa, la innovación, la responsabilidad social, la sustentabilidad, la interculturalidad, la transparencia, la construcción de la reputación e imagen, la colocación de productos y servicios en la sociedad así como el desarrollo, el cambio y la transformación social.

OBJETIVOS

1. Analizar críticamente las bases epistémico-científicas y las aproximaciones histórico-teóricas de la comunicación para generar conocimientos nuevos que permitan el avance de la disciplina a través del estudio y del diálogo incluyente, con un enfoque interdisciplinario.
2. Concebir y diseñar investigaciones sobre la Comunicación en sus diversas dimensiones, para producir conocimiento innovador, a partir del análisis epistémico, científico y tecnológico de la realidad social fundamentándose en la ética.
3. Desarrollar investigaciones como respuesta a las principales problemáticas sociales que, desde la comunicación y a través de metodologías científicas, produzcan conocimientos de alta calidad y a favor del desarrollo de los seres humanos, sus instituciones y la sociedad.



PERFIL DE INGRESO

PERFIL DE EGRESO

Buscamos a los nuevos líderes que quieran transformar a México a través de la comunicación.

Profesionales con grado de maestro interesados en estudiar las Ciencias de la Comunicación y la evolución de los medios y la tecnología, de manera crítica e independiente, con el fin de comprender los vínculos de éstos con los procesos sociales, económicos, políticos y culturales de la sociedad, así como con el papel de las organizaciones e instituciones.

- Poseer un nivel satisfactorio en competencias comunicativas (redacción, expresión oral y comprensión de la lectura).
- Gran capacidad de análisis y reflexión crítica e independiente.
- Aptitudes, voluntad y tenacidad para la investigación y la redacción de textos con valor científico.
- Desde la ética, poseer interés por comprender a profundidad las causas y consecuencias de los fenómenos de la comunicación que se manifiestan en la sociedad.
- Tener la inquietud para iniciar o continuar con una formación integral, humana, científica y tecnológica para aplicarla en los diversos campos de la comunicación.
- Interés por concebir y elaborar investigaciones con propuestas que ayuden a resolver los problemas que enfrentan la sociedad, las instituciones y las organizaciones, desde la comunicación.

El egresado será una persona que cuente con los conocimientos, habilidades, actitudes y valores que le permitan:

- Investigar las diferentes aproximaciones históricas, científicas y tecnológicas del estudio de la comunicación y realizar un análisis del debate contemporáneo sobre la disciplina desde una perspectiva geopolítica.
- Realizar el análisis, síntesis y evaluación de las problemáticas de la comunicación siempre apegado a la ética, la responsabilidad social y el bien común.
- Desarrollar investigaciones que contribuyan a la mejora de políticas públicas nacionales y/o internacionales, ya sean sociales, gubernamentales o productivas, con el fin de desarrollar proyectos y tomar decisiones de alto impacto a favor de la democracia.
- Diseñar y conducir investigaciones para la producción de conocimiento innovador en la comunicación interpersonal, grupal, organizacional/institucional, mediática y virtual.
- Aportar, a partir de investigaciones sólidamente construidas y de la reflexión de los procesos económicos, políticos, sociales, tecnológicos (de convergencia digital) y culturales de la sociedad, propuestas de solución para la democracia y el desarrollo local, nacional y global, desde la comunicación.





PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER SEMESTRE	Epistemología de la comunicación	Análisis de coyuntura y estrategias de comunicación	Metodología de investigación para la comunicación	Primera revisión de tesis, Colegio de Calidad (DEIC)
SEGUNDO SEMESTRE	Crítica del devenir de la comunicación	Estudios institucionales /organizacionales y comunicación	Metodologías de investigación para la elaboración del estado del arte	Segunda revisión de tesis, Colegio de Calidad (DEIC)
TERCER SEMESTRE	Filosofía y ética de la comunicación	Plan de desarrollo y estrategias de comunicación	Métodos cuantitativos de investigación y estadísticas descriptivas	Tercera revisión de tesis, Colegio de Calidad (DEIC)
CUARTO SEMESTRE	Electiva I	Electiva IV	Métodos cualitativos de investigación de la comunicación	Cuarta revisión de tesis, Colegio de Calidad (DEIC)
QUINTO SEMESTRE	Electiva II	Electiva V	Electiva VII	Quinta revisión de tesis, Colegio de Calidad (DEIC)
SEXTO SEMESTRE	Electiva III	Electiva VI	Electiva VIII	Sexta revisión de tesis, Colegio de Calidad (DEIC)
SÉPTIMO SEMESTRE				Seminario interdisciplinario de comunicación científica
OCTAVO SEMESTRE				Seminario de comunicación y humanismo

Áreas académicas

Fundamentos de la Comunicación	Tópicos Interdisciplinarios de la Comunicación
Metodología de la Investigación para la Comunicación	Tesis Doctoral

ESTRUCTURA CURRICULAR

Cuatro años, divididos en ocho semestres, durante los cuales el alumno cursará las asignaturas correspondientes.



FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Materias electivas

- Análisis del mercado de las industrias de la comunicación
- Creatividad e innovación para la comunicación
- Diseños de estrategias multivía
- Fundamentos de comunicación e intersubjetividad
- Géneros y contenidos de los medios e hipermedios
- Métodos cualitativos avanzados de investigación
- Métodos cuantitativos de investigación y estadísticas paramétricas
- Plan estratégico de comunicación integral
- Políticas y estrategias de comunicación en las instituciones
- Procesos de recepción y mediaciones
- Retos de la ética en la comunicación digital
- Seminario de perspectivas y tendencias de investigación de la comunicación
- Seminario de producción y difusión de la investigación científica
- Teoría práctica de la comunicación

Fundada en 1970, la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México ha renovado constantemente sus planes de estudio a fin de mantenerse a la vanguardia y responder adecuadamente a los retos que cada etapa de la historia de la sociedad de la información y el conocimiento le ha impuesto. Así, la Facultad ha contado con procesos de actualización y rediseño de sus planes de estudio, lo cual la ubica entre una de las más dinámicas dentro del amplio espectro de escuelas de comunicación del país y de Latinoamérica.

BECAS

Información para becas CONACYT
Consulta la página:

www.conacyt.mx/index.php/becas-y-posgrados/becas-nacionales





La Facultad de Comunicación, el Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) y el Doctorado en Investigación de la Comunicación cuentan con diversos convenios y mecanismos de relación y participación en organismos acreditadores, instancias académicas y redes de investigación del campo de la comunicación a nivel nacional e internacional.

Agencias de acreditación

- Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNCP).
- Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (CLAEP).
- Consejo de Acreditación de la Comunicación (CONAC).
- Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications (ACEJMC).



Instancias académicas

- Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS).
- Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC).
- Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC).
- Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC).
- Academia Mexicana de la Comunicación, A.C.
- Asociación A Favor de lo Mejor.
- Asociación Mexicana de Comunicadores (AMCO).
- Asociación Mexicana de Profesionales de Relaciones Públicas, A. C. (PRORP).
- Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales de la Comunicación Organizacional (AMIPCO).
- Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA).
- Asociación Iberoamericana de Comunicación (ASSIBERCOM).
- Red Internacional de Investigación y Consultoría en Comunicación (RIICC).



Instituciones públicas

- Secretaría de Gobernación (asesoría para la construcción de una Ley Federal de Contenidos).
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social.



Convenios académicos

- Université Grenoble Alpes, Francia.
- Universidad de Málaga, España.
- Universidad de Sevilla, España.
- Arizona State University, Estados Unidos.
- University of UTAH, Estados Unidos.





1. Entrega de un anteproyecto de investigación del área de interés del aspirante.

2. Carta de motivos

3. Cursar y aprobar el curso propedéutico.

4. Integrar un expediente con la siguiente documentación:



- ☐ Título de licenciatura (original y copia)
- ☐ Cédula profesional (original y copia)
- ☐ Certificado de estudios de licenciatura (original y copia)
- ☐ Título de maestría (original y copia)
- ☐ Cédula profesional de maestría (original y copia)
- ☐ Certificado de estudios de maestría (original y copia)
- ☐ CURP (original y copia)
- ☐ Acta de nacimiento (original y copia)
- ☐ Dos cartas de recomendación académica o laboral
- ☐ Currículum vitae
- ☐ Cuatro fotografías recientes de tamaño infantil en blanco y negro
- ☐ Solicitud de admisión (proporcionada por la Universidad)
- ☐ Comprobante de aprobación EXANI III (original y copia)
- ☐ Documento de TOEFL con mínimo 500 puntos (original y copia con máximo dos años de antigüedad)

5. El mismo día que se entrega la documentación se realizará la entrevista con el coordinador académico del programa y con los investigadores del CICA (Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada). Es indispensable programar la entrevista con anticipación.

6. El resultado de la entrevista, así como los documentos, se someten a un Comité de Admisiones, el cual determina qué aspirante es apto para ingresar al posgrado. A quien haya sido admitido se le proporcionará un número de expediente.

En el caso de estudiantes extranjeros, sus documentos deberán venir apostillados por el país de origen y además, deberán estar legalizados y revalidados por la Secretaría de Educación Pública de México.

Posterior a la admisión deberá pagarse la inscripción correspondiente.

La apertura de este programa está sujeta a un número mínimo de alumnos.

Facultad de Comunicación

RECONOCIMIENTO ACADÉMICO

La Universidad Anáhuac México otorgará el grado de Doctor en Investigación de la Comunicación al participante que curse y apruebe el total de asignaturas del plan de estudios y la modalidad de titulación autorizada por esta Universidad. Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública por Decreto Presidencial publicado en el D.O.F. el 26 de noviembre de 1982.

Incorporado al Padrón del Programa Nacional
de Posgrados de Calidad del CONACYT



GRANDES LÍDERES

Y MEJORES PERSONAS

Coordinación académica:

Dra. María Antonieta Rebeil Corella
arebeil@anahuac.mx

INFORMES

Centro de Atención de Posgrado y Educación Continua
Tels.: (55) 56 27 02 10 ext. 7100 y (55) 53 28 80 87
posgrado@anahuac.mx

Campus Norte

Av. Universidad Anáhuac núm. 46, col. Lomas Anáhuac,
Huixquilucan, Estado de México, C.P. 52786

Campus Sur

Av. De las Torres núm. 131, col. Olivar de los Padres,
Álvaro Obregón, Ciudad de México, C.P. 01780



www.anahuac.mx/méxico/posgrados

